



HAL
open science

De la "femme au foyer" à la "féministe" : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins

Vanessa Martins Lamb

► **To cite this version:**

Vanessa Martins Lamb. De la "femme au foyer" à la "féministe" : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. Littératures. Université de Toulon, 2019. Français. NNT : 2019TOUL3003 . tel-02490499

HAL Id: tel-02490499

<https://theses.hal.science/tel-02490499>

Submitted on 25 Feb 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

UNIVERSITE DE TOULON

ECOLE DOCTORALE 509 : SOCIETES MEDITERRANEENNES ET SCIENCES HUMAINES

Année : 2019

THESE

Pour l'obtention du grade de Docteur de l'Université de Toulon

Discipline : Etudes Anglophones

Spécialité : Civilisation du monde anglophone

Laboratoire BABEL

Présentée et soutenue publiquement le 22 Novembre 2019 par

VANESSA MARTINS LAMB

**De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de
l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux
années 1970 à travers les magazines féminins**

JURY

Florence BINARD, Professeur à l'Université Paris Diderot

Gilles LEYDIER, Professeur à l'Université de Toulon, Directeur de thèse

Scott SERNAU, Professeur à l'Université d'Indiana South Bend, rapporteur

Karine TOURNIER-SOL, Maitre de conférences HDR à l'Université de Toulon

Michel VAN DER YEUGHT, Professeur à Aix-Marseille Université, rapporteur

REMERCIEMENTS

Je voudrais tout d'abord remercier Mr le Professeur Gilles Leydier et Mr le Professeur Scott Sernau, qui m'ont, dès nos premières rencontres, accordé leur confiance et ont adhéré à mon souhait de travailler sur cet aspect féministe et comparatif des civilisations américaine et britannique.

Je remercie également toutes les personnes qui me sont proches et qui m'ont accompagnée et soutenue tout au long de mon travail.

Je dédie cette thèse à la mémoire de mes parents et à ma famille, un soutien indispensable et constant.

A mon mari, qui m'a portée lors des moments difficiles et m'a toujours encouragée.

SOMMAIRE

<u>Introduction</u>	1
<u>Première Partie</u>	
1. L'après-guerre aux Etats-Unis et au Royaume-Uni : la construction d'un nouveau mode de vie	
1.1. The American Way of Life	34
1.2. We never had it so good	68
1.3. La société de consommation et les nouvelles technologies	88
1.4. L'omnipotence des magazines féminins: au-delà des apparences	118
<u>Deuxième Partie</u>	
2. Les années 1950 : l'idéologie de la « femme parfaite »	
2.1. L'idéalisation de la femme	126
2.2. Le piège de la « femme au foyer parfaite »	140
2.3. Les magazines féminins et la construction de la « femme au foyer parfaite » : les sujets les plus traités	175
<u>Troisième Partie</u>	
3. Les années 1960 : la crise d'identité de la femme et la quête d'un nouveau rôle dans la société	
3.1. De la crise individuelle à la conscience collective : les années 1960 et la recherche d'un nouveau modèle de femme	231
3.2. La relance des mouvements féministes	236
3.1. Les magazines et le féminisme	294
<u>Conclusion</u>	330
<u>Bibliographie</u>	356
<u>Annexes</u>	372

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

INTRODUCTION

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

L'histoire du féminisme s'est transformée en un domaine de recherche à part entière lorsque des chercheurs de disciplines diverses commencèrent à explorer les multiples représentations de l'oppression des femmes. L'intérêt pour la complexité de cette oppression vécue par les femmes depuis fort longtemps toutes cultures confondues a permis, à partir de la deuxième moitié du XX^{ème} siècle, non seulement la possibilité d'établir une histoire continue des mouvements féministes, mais surtout de comprendre la lutte des femmes qui ont osé défier les paradigmes les emprisonnant dans une vision idéaliste de la femme.

Les femmes ont très rarement été reconnues pour leur combat collectif, bien qu'elles aient largement contribué au progrès de l'histoire. Ce combat a pour nom « le mouvement des femmes ». Il est né au XIX^{ème} siècle et a été décrit pour la première fois par Ray Strachey, en 1928, dans son ouvrage *The Cause, A Short History of the Women's Movement*¹. L'invention du terme « féminisme » est attribuée au penseur socialiste français Charles Fourier qui, dans sa théorie des quatre mouvements, avait posé l'égalité des sexes comme principe fondamental de la rénovation sociale.

En anglais, *feminist* et *feminism* sont certifiés respectivement en 1894 et 1895. C'est sous le nom de *Woman's Rights Movement* que le mouvement se constitue aux États-Unis en 1848, pour passer ensuite, après la guerre de Sécession, aux revendications plus spécifiques du *Suffrage Movement*. Notons l'emploi du singulier : il s'agit, pour les anglophones, de défendre les droits de «la» femme. À première vue, le vocabulaire en usage aux États-Unis semble suggérer qu'il existerait une essence de la femme, que cette dernière pourrait revendiquer des droits individuels qui lui seraient propres. L'expression diffère en tout cas du lexique français de l'époque, où l'expression des revendications passe, par exemple avec «mouvement féminin», par des termes plus flous ou plus globaux, tout au moins plus généraux.

De nos jours, le terme *feminism*, tout comme celui de féminisme, désigne, en anglais comme en français, la doctrine, les mouvements défendant les intérêts des femmes et préconisant l'extension de leurs droits. Les définitions françaises restent dans l'ensemble assez générales ; à l'inverse, la plupart de celles données par les dictionnaires de langue anglaise spécifient, d'une

¹ Strachey, Ray. (1978). *The Cause, A Short History of the Women's Movement in Great Britain*. London: Virago

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

part que l'ensemble des domaines (politique, juridique, économique, etc.) est concerné, d'autre part, qu'il s'agit d'obtenir l'égalité des droits avec ceux des hommes.

Il semble ici important de signaler cette différence lexicale: au XIX^{ème} siècle, les Anglo-Saxons mettaient l'accent sur le droit de vote ou sur la notion de *equal rights*, alors que les Français évoquaient sans plus de précisions le rôle des femmes dans la société, leur situation ou leurs droits. Au début du XX^{ème} siècle, le terme «féminisme» s'imposait, il paraissait plus militant, plus moderne, plus approprié au combat mené par les femmes qui cherchaient à assurer leurs droits dans une culture faite pour et par les hommes.

Les premières actions vers un mouvement féministe organisé et actif ont été menées à partir de la fin du XIX^{ème} siècle, avec le dépôt de pétitions (respectivement en 1854 et 1866) pour demander le vote des femmes aux gouvernements américain et britannique. La campagne suffragiste commençait. Les premières décennies du XX^{ème} siècle ont été marquées au Royaume-Uni par le combat constant et obstiné des femmes qui affrontaient une opposition violente qui a causé l'emprisonnement de plusieurs manifestantes et même la mort en 1913 d'une des plus combattantes entre elles, Emily Davison. Parallèlement, aux Etats-Unis la lutte suffragiste était également menée de manière tenace. Après une première demande réfutée en 1854, plusieurs autres plateformes revendicatives, dont le droit de vote des femmes, étaient les pivots qui ont été défendus devant les Congrès de divers Etats. En effet, les Américaines devaient se battre Etat par Etat. Cependant, elles se heurtèrent à l'hostilité d'une opinion qui les rendait responsable du chômage, de la crise, et qui les accusait de voler le travail des hommes. Malgré tout cela, la *working girl* était très populaire : les magazines publiaient des articles sur les nouvelles féministes qui croyaient possible de tout avoir.

« Mais le but ultime vanté par les médias demeurait l'amour, le mariage, et les enfants. De plus, le bouillonnement des 'années folles' eut tendance à masquer la dure réalité vécue par les femmes de la campagne ou de classe ouvrière, que l'euphorie ambiante n'atteignit guère. »²

² Filard, C., Collomb-Boureau, C. (2003). *Les essentiels, Civilisation anglo-saxonne. Les mouvements féministes américains*. Paris: Ellipses, p. 47.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

Durant une époque où les femmes luttent pour leurs droits, à la veille de la Grande Guerre, les écrits d'une journaliste, Rebecca West, nous transportent aux années de combats acharnés de celles qui seront toujours les « féministes » :

« Je n'ai jamais su dire vraiment ce qu'est le féminisme. Tout ce que je sais c'est qu'on m'appelle 'féministe' quand je démontre avoir plus de sentiments et d'intelligence qu'une prostituée ou une porte.»³

Dans la deuxième partie du XX^{ème} siècle, on appelle ce mouvement *The Women's Liberation Movement* ou *The Women's Lib*. C'est cette phase du mouvement féministe qui sera étudiée dans la thèse ici présentée, une phase également appelée « la deuxième vague » du féminisme. L'étude se concentrera sur les mouvements des femmes américaines et britanniques des années 1950 aux années 1970, mouvements qui seront analysés et comparés tout au long de l'étude à travers l'interprétation des magazines féminins et féministes de l'époque. Dans le portrait ici dépeint, deux sociétés différentes dans leur nature, leur culture et leur réalité, s'influençaient de telle manière que leur histoire peut se prêter à des comparaisons.

Les recherches ici proposées iront privilégier, pour chacun des deux pays, une forme représentative du féminisme, de manière à pouvoir étudier conjointement «le féminisme américain» et le «féminisme britannique». Cette décision pourrait sembler déboucher sur un point de vue schématique et conventionnel. Elle apparaît pourtant utile, voire nécessaire, pour comparer deux mouvements qui, avaient certes un certain degré d'homogénéité, mais aussi des différences, ne serait-ce que dans la manière dont ils ont été interprétés et traités.

Aux Etats-Unis des années d'après-guerre (à la fin des années 1960 une forme plus radicale du féminisme dominait parmi les Américaines), la forme la plus représentative du mouvement des femmes était le féminisme libéral égalitaire (appelé aussi « réformiste », ou « féminisme des droits égaux »), qui était en filiation directe avec l'esprit de la Révolution Française : avec sa philosophie, son libéralisme, son incarnation économique et son capitalisme. La liberté individuelle et l'égalité étaient deux de ses principaux axes de lutte. Les féministes libérales égalitaires américaines -sous la direction de la renommée Betty Friedan⁴- réclamaient, depuis

³ Marcus, J. (1982). *The Young Rebecca, Writings of Rebecca West, 1911-1917*. London: Virago, p.119.

⁴ Friedan, B. (1997) [1963]. *The Feminine Mystique*. NY: W.W. Norton & Company.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

plus d'un siècle pour les femmes : l'égalité des droits avec les hommes, de l'accès à l'éducation, dans le champ du travail, en matière d'occupations et de salaires et dans le champ des lois : lois civiles (capacité juridique pleine et entière), lois criminelles (rappel de toutes mesures discriminatoires) et égalité politique (comme par exemple le droit de vote). L'égalité complète permettrait aux femmes de participer pleinement à la société, sur un pied d'égalité avec les hommes.

Pour la pleine participation des femmes dans la vie active du pays, les féministes égalitaires Américaines rêvaient d'une société utopique, fondée sur la réorganisation de quatre principaux éléments: l'éducation, la famille, le travail et la maison. Selon NOW (*National Organization for Women*) dans une société égalitaire, l'éducation serait la clef de l'insertion des femmes à la société; une révolution éducative était nécessaire et elle devrait commencer au niveau des universités : chaque campus universitaire devrait avoir une crèche et une école maternelle pour accueillir les enfants des professeurs et des étudiantes. En matière de responsabilités parentales et domestiques, pour les féministes égalitaires, il ne devrait plus exister des rôles stéréotypés et définis pour les hommes comme « le responsable financier » de la famille et pour les femmes comme la « femme au foyer ». La femme au foyer recevrait un salaire pour son travail domestique; cet aspect était certainement l'un des points les plus critiqués par les féministes radicales qui voyaient là une autre institutionnalisation de la limitation du rôle des femmes à la sphère domestique. Dans cette société rêvée par les féministes égalitaires, les femmes qui ne cherchaient plus à être uniquement une « femme au foyer » pourraient accéder au marché du travail à leur convenance et également aux contraceptifs, ce qui pourrait leur donner le contrôle sur leur corps et leur sexualité.

Le déclin des féministes égalitaires américaines est venu d'elles-mêmes, à qui ce fut souvent reproché d'être « trop blanches », « trop riches » et « trop égocentriques », le groupe s'affaiblit peu à peu et laissait son rôle central dans la lutte féministe aux Etats-Unis à des groupes de femmes dites plus « radicales » et « militantes » à la fin des années 1960.

Cependant, au Royaume-Uni le mouvement féministe le plus représentatif était le féminisme socialiste, résultat de l'esprit et de la mentalité beaucoup plus engagée politiquement des

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

Britanniques, ainsi que de leur forte participation dans des mouvements syndicaux. Pour eux, c'est l'organisation économique et le capitalisme qui expliquaient l'exploitation des deux sexes. L'oppression des femmes est en effet datée historiquement : elle est née avec l'apparition de la propriété privée. Ce fut-là, selon Engels, « la grande défaite historique du sexe féminin », qui coïncide avec l'arrivée de la société divisée en classes et l'avènement du capitalisme. Pour ces marxistes, le besoin de transmettre ses propriétés par l'héritage et, pour ce faire, d'être certain de sa descendance, a rendu nécessaire l'institution du mariage monogamique. C'est ainsi que les femmes furent mises sous le contrôle des maris, dans la sphère privée de la famille, hors de la production sociale. C'est là la cause de leur oppression. L'oppression des femmes est donc due au capitalisme. Elle est née avec l'apparition de la propriété privée, et elle va disparaître avec le renversement du capitalisme. « L'ennemi principal » n'est plus identifié comme étant les préjugés ou les lois injustes envers les femmes, comme dans le féminisme égalitaire, mais bien le système économique et la division sexuée du travail qu'il a instaurée: aux hommes la production sociale et le travail salarié, et aux femmes le travail domestique et maternel gratuit à la maison, hors de la production sociale. Le patriarcat, que les féministes radicales définiront comme étant le pouvoir des hommes dans la famille et dans toute la société, apparaît donc, aux yeux des marxistes orthodoxes, comme un simple produit du capitalisme, une « mentalité », qui disparaîtra avec le renversement du capitalisme. Le patriarcat occupe donc une place secondaire dans l'explication de l'oppression des femmes, cette dernière étant liée aux formes de l'exploitation capitaliste du travail.

Le lieu où l'exploitation de la femme se révélait le plus était le monde du travail. Pour les marxistes féministes, la fin de l'oppression des femmes coïncidera avec l'abolition de la société capitaliste divisée en classes et son remplacement par la propriété collective. La famille conjugale tombera donc en désuétude puisqu'une prise en charge collective des enfants et du travail domestique sera instaurée. Comme l'oppression des femmes serait due à leur enfermement dans la sphère privée, hors de la production sociale, la stratégie de changement proposée passerait par la réintégration des femmes dans la production sociale, au sein du marché du travail salarié, et leur participation à la lutte des classes, côte-à-côte avec les camarades, pour abolir le capitalisme. Chez les marxistes orthodoxes, il n'y avait pratiquement pas de place pour la lutte féministe autonome, celle-ci ne pouvant que disperser les forces en luttant ainsi « contre les hommes ». Cependant, la voie des réformes n'était pas pour autant mise de côté. Elles étaient

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

même nécessaires pour améliorer le sort des femmes. Elles devaient cependant avoir pour objectif de mettre à nu les contradictions du système et la profondeur de la subordination des femmes. A première vue, donc, les revendications préconisées et appuyées par les marxistes féministes (droit au travail social, droit aux garderies, égalité des chances dans l'emploi, l'éducation, les salaires, l'avortement libre et gratuit etc.) peuvent ressembler aux revendications des féministes libérales. Elles s'en démarquaient cependant par l'objectif final qui était de « dévoiler les contradictions » pour aider à renverser le système économique. Ces revendications se démarquaient surtout par le refus de ces marxistes de s'inscrire dans la mouvance du mouvement féministe.

Une autre définition qui semble être essentielle pour la compréhension de la thèse ici présentée est : pourquoi les recherches se limiteront-elles qu'aux années 1950, 1960 et 1970 ? Une décennie peut difficilement être limitée aux dix années qui la forment, l'histoire et les cultures ne changent pas drastiquement d'une décennie à l'autre. Les changements arrivent progressivement et une période ne peut pas être définie tout simplement par sa limitation temporelle⁵. Même si la thèse utilise les années 1950 comme point de référence pour le début des recherches, ces dernières se concentrent sur la période de l'après-guerre, à partir de 1945, et s'étendent jusqu'à la fin des années 1970. Le choix de l'époque est dû à son caractère unique, au retour de l'image idéaliste de la femme qui a été remise au goût du jour quand les hommes étaient revenus de la guerre et cherchaient à reprendre leur place de *family provider*. La limitation de la fin des années 1970 comme le terme des recherches s'explique par le caractère radical des convictions et des actions de groupes féministes qui entreprirent de un combat beaucoup plus turbulent à partir de la fin de la décennie. Le choix des années 1950, 1960 et 1970 comme période d'étude s'explique par le fait que cette période est définie par l'idéalisation de la femme et de son rôle social dans les cultures américaine et britannique, une idéalisation qui entrainera la renaissance du féminisme pendant les années 1950 (après une période d'accalmie durant les années de guerre) jusqu'à sa radicalisation à la fin des années 1970.

La méthodologie utilisée s'appuie sur l'histoire comparée, qui depuis des années, malgré la prédominance indéniable des recherches monographiques en histoire, est une pratique fréquente

⁵ Rowbotham, S. (2000). *Century of Women: The History of Women in Britain and the United States in the Twentieth Century.*, London: Viking Penguin Inc. p.5.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

pour analyser les traces du passé. C'est dans l'histoire transnationale que la comparaison est le plus couramment pratiquée, selon Marc Bloch :

« Le comparatisme étudie parallèlement des sociétés à la fois voisines et contemporaines, sans cesse influencées les unes par les autres, soumises dans leur développement... à l'action des mêmes grandes causes, et remontant, partiellement du moins, à une origine commune. »⁶

Selon Bloch, les résultats qu'on peut atteindre avec cette méthode ne sont pas restreints. Elle a d'abord une fonction heuristique, permettant de découvrir des phénomènes qu'on n'aurait pas aperçus sans le caractère comparatif⁷. Mais elle est également susceptible d'aider à l'interprétation des faits historiques. Une perspective comparatiste aura encore pour effet de détourner l'historien de fausses explications. Elle lui évitera, en particulier, de chercher à justifier des phénomènes généraux par des causes purement locales. Si la comparaison constitue un moyen de renouveler des approches historiques, sa force réside aussi, et peut-être surtout, dans sa capacité à interroger la démarche même du chercheur. Ce potentiel critique doit servir à remettre en question les certitudes en tous genres et à s'émanciper des habitudes héritées de chaque tradition historiographique.

La comparaison semble être la méthodologie la plus adaptée aux recherches ici proposées car elle mettra à l'abri, enfin, de fausses analogies car si la comparaison doit noter les ressemblances, elle doit aussi et surtout relever les différences : l'analyse comparatiste sera à même de dégager l'originalité des différentes sociétés. La question se pose ensuite de la définition de l'objet ou des objets étudiés, parce qu'une même notion n'a pas toujours la même fonction ni le même sens à deux endroits différents. On se doit d'être particulièrement attentif aux cas apparemment semblables et qui ne le sont pas, pour échapper autant que possible aux pièges du nominalisme et à une comparaison fondée sur des équivalences linguistiques dont la pertinence n'est pas certaine.

S'il s'agit bien ici de dresser une comparaison des mouvements féministes américain et britannique des années 1950, 1960 et 1970 à travers l'analyse qualitative d'un certain nombre d'articles et publicités des magazines féminines de l'époque, celle-ci ne prétend en aucun cas à

⁶ Bloch, M. (1928). Pour une histoire comparée des sociétés européennes. *Revue de Synthèse Historique*, 46. p.15-50.

⁷ Ibid. p. 20-23.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

l'exhaustivité d'une recherche quantitative et statistique. L'analyse des discours subliminaux véhiculés par ces publications ira établir quelle était la vraie perspective des femmes à travers ces magazines, étaient-ils juste un miroir des deux sociétés ou de vraies instigateurs des transformations dans le rôle social de la femme ?

Mais pourquoi une analyse qualitative ? Le recours à cette méthodologie présente plusieurs avantages. De manière cognitive, De Bonville⁸ prétend qu'elle « ...aide à produire un savoir original, des connaissances originales, et qu'elle contribue à élargir des perspectives ou à corriger des perceptions ». Sur le plan méthodologique, sa plus grande qualité est la transparence, puisque l'analyse de contenu n'induit aucune modification de l'objet ou des conditions de recherche. Un autre avantage est qu'il n'est pas exclu que l'analyse se porte non sur le contenu apparent des médias, mais sur ce qui en est absent (...) dans l'analyse des stéréotypes par exemple, les traits absents sont souvent aussi significatifs que les traits présents ».⁹

Lus par des millions des femmes américaines et britanniques chaque mois, les principaux magazines féminins de l'après-guerre, tel que *Ladie's Home Journal*, *McCalls* et *Housewife*, livraient d'importants messages sur le rôle et le comportement des femmes de l'époque. L'image idéalisée de la femme et de la famille que ces publications véhiculaient est une source qui suscite des interprétions aussi variées qu'intéressantes. Dans le cas de la recherche ici proposée, les magazines seront un vecteur qui permettra une analyse qui se veut impartiale, objective, et surtout, captivante.

Ni au Royaume-Uni ni aux Etats-Unis, la légitimité des études sur la relation entre les femmes et les médias n'était facile à construire. Ann Kaplan¹⁰ rappelle à juste titre la résistance qu'opposa longtemps le monde académique aux études sur les femmes et les médias dans les deux pays, où les recherches sur les médias étaient largement reléguées dans des instituts polytechniques. Dans ces deux pays, ce sont les départements d'études littéraires et les départements d'études

⁸ De Bonville, J. (2000). *L'analyse de contenu des médias: de la problématique au traitement statistique*, Paris: De Boeck Supérieur. p.10.

⁹ Ibid. p. 18

¹⁰ Kaplan, Ann. (1986). Feminist Criticism and Television. *MedieKultur*, Copenhague, n°4.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

cinématographiques, *Film Studies*, qui accueilleraient les premières recherches sur les identités de genre construites par les médias. Un programme de *Women's Studies* s'institutionnalisa dans la plupart des universités des Etats-Unis au cours des années 1980.

Le courant britannique des *Cultural Studies*, issu dans les années 1950 d'une tradition de critique littéraire et d'une volonté de défense de la culture des classes populaires, s'institutionnalisa à travers la fondation en 1964 à l'Université de Birmingham du *Center of Contemporary Cultural Studies (CCCS)* et donnera une impulsion décisive au thème femmes/médias. C'est autour de ce centre que vont se développer dans les années 1960 et 1970 des travaux qui analysaient, en recourant à une sémiologie empreinte de marxisme et de structuralisme, les dimensions idéologiques de la programmation de radio, de l'information et de la fiction télévisée.

Lorsque la relation entre la presse et les femmes est analysée, il est essentiel de garder à l'esprit son statut à la fois de produit social et idéologique. Socialement, la presse féminine représentait des intérêts économiques énormes non seulement comme entreprise de presse, mais surtout à travers la publicité. De cette manière, les articles des publications féminines étaient donc amenés à produire et à reproduire des modèles féminins qui n'étaient pas en désaccord avec la consommation proposée par les annonceurs. Il est important de comprendre que les différentes images de la représentation de la femme dans ces publications n'étaient pas forcément celles qui correspondaient aux désirs profonds des lectrices, mais aux intérêts de la consommation et du profit industriel.

Très vite, il est possible de distinguer la fonction idéologique de la presse féminine, liée au bon fonctionnement du système économique et social. Il faut la lire et décrypter son mécanisme comme un autre appareil idéologique. C'est propre à une idéologie de s'infiltrer en nous à notre insu, de conditionner les rapports sociaux et culturels, les choix de vie, de « suggérer » quels doivent être les sentiments, les opinions et les désirs exprimés. C'est donc cet ensemble de manipulations occultées que ce travail essaiera de ramener en surface et d'inventorier.

La définition du mot « idéologie » semble être ici nécessaire pour la bonne compréhension de l'analyse. L'identification de ce qui est une idéologie peut paraître facile à faire, mais une étude plus approfondie et méthodologique va rapidement démontrer que la définition et une véritable compréhension de l'expression « idéologie » est beaucoup plus complexe et variée que prévue.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

« Idéologies : Définition banale : fumées (idées de l'autre), utopies, délires, rêverie, idées contre réalité...
Définition chic : représentation du monde apparemment rationnelle (mais partielle et faussée) que se font des acteurs en fonction de leur position et de leurs intérêts (notion qui permet d'expliquer pourquoi l'idéologie dominante, ô surprise, domine les médias). »¹¹

Le mot « idéologie » a été inventé en 1796 par le comte Antoine Destutt de Tracy. Il souhaita forger une nouvelle science destinée à comprendre et à expliquer les idées. Cette approche était inspirée par toute une tradition empirique où les perceptions sensorielles constituaient le fondement des représentations et des idées.

Une idéologie peut être expliquée par le fait que les hommes construisent des pseudo-explications pour légitimer des valeurs, parce qu'ils sont victimes d'une fausse conscience. Cependant, une idéologie, ce n'est pas seulement une idée à laquelle on peut adhérer ou pas, ce n'est même pas un corpus, un ensemble de notions et d'affirmations ayant une relation de cohérence entre elles, c'est un code : une façon de produire de nouvelles interprétations conformes aux finalités du modèle. Cette définition est corroborée par la notion marxiste de « l'idéologie » : ceux qui « contrôlent » la société et qui ont des intérêts divergents formulent des systèmes intellectuels pour s'expliquer le monde tel qu'il leur apparaît. Ces systèmes, qui reflètent en réalité leurs intérêts, ils les prennent pour des vérités universelles et souvent même les dominés, à contresens de leurs intérêts réels, adoptent l'idéologie que leur imposent les dominants. Pour Karl Marx, le véritable initiateur de l'usage de l'expression « idéologie », celle-ci est le reflet imaginaire du monde réel. Elle comprend la religion, les doctrines et les théories politiques, l'art, etc. Il la considère comme quelque chose d'illusoire et d'erronée. Pour la conception marxiste orthodoxe, les systèmes d'idées, de doctrines ou de valeurs, regroupées sous le vocable générique d'idéologie, sont l'émanation de la classe dominante et ont pour fonction de préserver sa domination.

Une idéologie permet tout à la fois de rêver, de croire que l'on possède une explication du monde ou de s'imaginer que l'on échappe à cette idéologie. Enfin, l'idéologie sert à rentrer dans une communauté avec tous ceux qui partagent la même vérité que vous et, ainsi, à désigner le « mal » : l'idéologie adverse. Une idéologie est une force en marche, a besoin de vecteurs et de

¹¹ Cahiers de Médiologie. 1998. N°6, coordonné par Louise Merzeau. (<http://www.mediologie.org>)

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

relais. Toute idéologie veut changer une société et/ou une culture, mais son succès dépend des configurations stratégiques et techniques qui lui confèrent plus ou moins d'impact.

Cet impact dépendra de trois éléments : un message bien structuré et surtout persuasif ; le bon média, dans le cas présent les magazines ; enfin, le bon milieu, une culture prête à des changements et disposée à élever une idéologie au statut de vérité. La propagation de l'idéologie suppose des médiateurs et des vecteurs. Dans nos sociétés, cela s'appelle des intellectuels et des médias. Bien sûr, ce ne sont pas les seuls et ce ne sont pas nécessairement les plus efficaces. L'école, la famille, l'armée, le syndicat, le milieu social diffusent également les idéologies, mais intellectuels et médias ont un rapport plus essentiel avec l'idéologie : leur fonction est de lutter pour occuper l'attention des citoyens et leur raison d'être, de leur apprendre à juger le monde.

En réalité, l'idéalisation de la femme américaine et britannique des années après-guerre était une idéologie bien cadrée. Ce modèle social et culturel était fondé sur la renaissance et la diffusion des anciennes valeurs qui caractérisaient les deux pays durant des siècles passés. Le fait que ces traditions et ces idées étaient déjà connues par ces populations a sans doute facilité leur adhésion à « l'idéologie de la femme au foyer ». Les années qui valorisaient les femmes intelligentes, créatrices et indépendantes (des années 1920 au début de la Seconde guerre mondiale) ont été remplacées par l'ère de la nouvelle image de la femme « féminine » - la femme au foyer enfermée et limitée dans leur « prison dorée » : leur maison. Avec le renforcement de cette « idéologie », la domesticité est devenue « une religion », un modèle que toutes les femmes devraient personifier.

Une idéologie peut disparaître et réapparaître au long de l'histoire d'une société, cela semble être le cas de l'idéologie de la « femme au foyer ». Déjà en 1930, Hitler relançait l'idée que la place de la femme était à la maison à travers le slogan des trois « K » *Kinder, Kuche, Kirche* (enfants, maison, église). Avec le développement de l'*American Way of Life* aux Etats-Unis et au Royaume-Uni des années après-guerre, l'idéalisation du rôle et de l'image des femmes comme « mères, épouses et femmes au foyer » atteignait des niveaux inédits. Betty Friedan¹² caractérisait ces femmes comme « victimes du rêve américain ». La propagation de cette idéologie était un des principaux rôles des différents types de média qui faisaient partie de la vie

¹² Friedan, Betty. 1997 [1963]. *The Feminine Mystique*. W.W. Norton & Company. NY.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

des Américains et des Britanniques de l'époque ; la radio, mais plus spécifiquement, la télévision et les magazines féminins étaient les grands diffuseurs des nouvelles valeurs.

Cependant, « l'endoctrinement » des jeunes filles commençait dès l'école : elles étaient préparées pour rentrer à l'université et suivre quelques années d'éducation supérieure pour être mieux préparées au mariage et au statut que ce dernier leur donnerait. Les adolescentes grandissaient entourées des mères et des professeurs qui les encourageaient à limiter leur potentiel et leurs envies au rôle de mère et de femme au foyer.

« On ne naît pas femme, on le devient »¹³. C'est Simone de Beauvoir qui a exprimé de la façon la plus précise le désir d'émancipation et de liberté de presque toute une génération : la génération des *Baby Boomers*. Ce sont particulièrement les femmes américaines et britanniques, blanches, de classes moyennes ou supérieures- leurs deux cultures marquées par l'effervescence et les innovations de l'après Seconde Guerre Mondiale mais surtout par l'idéologie de la femme « parfaite »- qui subiront ce modèle idéaliste caractéristique de l'après-guerre. Les années 1950 et 1960 furent une période unique dans l'histoire des mouvements féministes : la place de la femme et son rôle dans la société vont être à tout jamais bousculés. C'est l'*American Way of Life*, établi aux Etats-Unis durant l'après-guerre et fondé sur le train de vie d'une florissante et blanche classe moyenne, qui construisit l'idéologie de la « ménagère » et de la « femme parfaite », une idéologie tellement diffusée qu'elle sera reproduite au Royaume-Uni, pays fortement influencé par la culture américaine.

L'analyse des magazines féminins de l'époque, leur représentation de la femme et de leur rôle dans la société, ainsi que l'interprétation des messages qui transparaissent de ces publications, seront les principes fondamentaux de la thèse ici présentée. Ces magazines seront décortiqués dans le but d'analyser les représentations des femmes et de l'image mythifiée de la « femme parfaite » et leur impact sur les lectrices, de se questionner sur cette vision idéaliste des femmes, de comprendre la transformation de ces ménagères en féministes engagées à la fin des années 1950 et, finalement, d'établir une comparaison entre les mouvements féministes américains et britanniques des années 1950, 1960 et 1970.

¹³ Beauvoir (de), S. (1948). *Le Deuxième Sexe*. Paris : Gallimard. p.102.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

« Cette période a fait l'objet d'un grand nombre d'études culturelles, qui remarquent que la culture américaine des années 1940 et 1950 était beaucoup plus diversifiée économiquement, politiquement et culturellement que ce que représentaient les comédies de télévision. D'une part, le contenu des magazines féminins contribuait à construire ces notions stéréotypées de la période: la famille idéale de ces publications était blanche et de la classe moyenne. Pourtant, un examen attentif de la presse peut entrevoir une société bien plus complexe que les nouvelles banlieues tranquilles. »¹⁴

Il faut aussi souligner la présence du lexique propre au *Women's Studies* dans de nombreuses études, y compris françaises. Le mot « genre » en constitue un bon exemple. On sait que la notion de *gender* est couramment utilisée aux États-Unis depuis les années 1970. Selon ses adeptes, elle se distingue de celle de « sexe » en ce qu'elle fait référence au contenu culturel et social du féminin et du masculin, alors que le sexe se réfère à la nature et aux différences biologiques; autrefois encore évitée au moins par les puristes, la traduction littérale «genre» semble désormais admise, dans les études françaises. Il reste cependant délicat d'utiliser ce vocabulaire. Des problèmes se posent surtout pour un certain nombre d'autres termes ou concepts moins largement acceptés, par exemple la notion de «minorité» pour parler des femmes. En effet, à l'inverse de groupes numériquement faibles et subissant un traitement discriminatoire, les femmes constituent partout la moitié de la population. Certains ont imaginé rendre compte de leur situation en utilisant des expressions telles que «minorité socialement discriminée», bien que le terme de «minorité» ne soit pas exact et que cette impropriété ne paraisse pas réellement de nature à éclairer la situation. Dans la présente étude, les guillemets seront utilisés quand il s'avérera nécessaire d'employer certaines expressions litigieuses qui, en fin de compte, relèvent avant tout d'un jargon touchant au multiculturalisme.

Cette étude examinera les magazines des années 1950, 1960 et 1970 en tant que participants à l'évolution des valeurs culturelles qui redéfinissaient la vie domestique américaine et britannique après la Seconde Guerre Mondiale. L'analyse ira enquêter sur les multiples rôles des magazines—entreprises, conseillères pour des questions sociales et familiales, diffuseur d'idéologies et, tout simplement, source de divertissement et d'information. L'interaction de ces publications avec d'autres éléments culturels de deux pays, dont la politique, l'économie, les nouvelles

¹⁴ Walker, N. A. (1998). *Women's Magazines 1940-1960: Gender Roles and the Popular Press*. Boston: Bedford Books. p.5.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

technologies et les études psychologiques et sociales feront également partie de la recherche ici proposée.

En réalité, les trois décennies avaient beaucoup en commun. La lutte qui a apporté des changements dans les années 1960 et 1970 avait déjà commencé dans les « calmes » années 1950. Néanmoins, les politiques et pratiques du gouvernement en place dans les années 1960 permettraient le développement des nouvelles idéologies, ce qui était extrêmement plus compliqué pendant la décennie précédente. Fondamentalement, ces décennies étaient basées sur les mêmes espoirs et convictions, les historiens tentaient de capter ses idées avec des phrases emblématiques comme « la politique de l'affluence » ou « le consensus libéral ». La période de l'après-guerre est toujours décrite comme celle de l'idéologie de la croissance et du développement parmi une société organisée et fondée sur les valeurs familiales et sur la prospérité de la classe moyenne blanche.

Pour bien comprendre les différents rôles joués par les magazines féminins pendant les années 1950, 1960 et 1970 aux Etats-Unis et au Royaume-Uni il semble essentiel d'imaginer une société profondément différente de la notre actuellement: une société où les seuls liens entre les familles et la culture populaire étaient la télévision et la radio. Les magazines étaient donc très importants dans la diffusion et la construction des valeurs, des habitudes et d'aspirations des femmes et de leurs familles. Ces publications étaient lues par des millions des femmes dans les deux pays, les principaux titres –*Ladies Home Journal*, *Good Housekeeping*, *McCall's*, *Women's Day* et *Housewife*- pouvaient se vanter de listes d'abonnées allant de deux millions à quatorze millions de lectrices, mais le nombre réel de lecteurs pouvait être deux fois plus grand car les publications étaient souvent partagées entre les membres des familles, voisines et amies.

Nancy A. Walker¹⁵ affirme que tous les magazines avaient les mêmes éléments éditoriaux : des histoires d'amour ou d'aventures, de la poésie, des articles de mode ou sur l'apparence physique, des recettes faciles et pratiques, des conseils pour l'entretien de la maison, pour le ménage, sur l'éducation des enfants ou le mariage, ainsi que des articles sur la vie des artistes. Selon le magazine et son éditeur, des articles sur d'autres sujets que le « domestique » étaient publiés, même si ces articles portaient sur des thématiques considérées comme « adéquates » aux

¹⁵ Op. cit. 9. p. 3.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

lectrices : les profils de candidats aux élections présidentielles, des articles sur les progrès de la médecine, les avantages et désavantages de la télévision ou encore des critiques sur le système éducatif du pays.

Tout aussi important que le contenu éditorial –voir plus selon le magazine- les publicités occupaient une très grande partie des parutions ; dans quelques magazines (*Harper's Bazaar* par exemple) les lectrices étaient obligées de feuilleter une centaine de pages de publicités avant d'arriver à la table des matières de la publication. Les éditeurs maintenaient les prix pour les publicités très bas - la valeur demandée par *Good Housekeeping* pour une publication en couverture était de 25 centimes en 1940 - ce qui leur permettait d'avoir un très grand nombre d'annonceurs dans la même parution. Pendant les années 1950 quelques magazines comptaient plus de 300 pages.

Sachant que le modèle de « lectrice idéale » était basé sur les classes moyennes et supérieures, les femmes étaient censées avoir des goûts sophistiqués en ce qui concernait la mode, la maison, les voyages et même la nourriture. Elles lisaient *Vogue*, *Mademoiselle* et *Seventeen* pendant leurs années de jeunesse et *Harper's Bazaar*, *Good Housekeeping*, *Housewife* ou *Ladies Home Journal* après le mariage. Ces lectrices cherchaient des histoires romantiques, de l'aventure, des astuces pour la maison, des conseils sur la façon de rendre leur mari heureux et leurs enfants équilibrés, des publicités pour des nouveaux produits mais aussi des articles écrits par des auteurs reconnus comme Truman Capote, Carson McCullers, Katherine Anne Porter, Russel Lynes, Jessamyn West et M.F.K. Fisher.

N. Walker souligne encore la difficulté de définir exactement à quel point les magazines féminins influençaient les vies des Américaines et des Britanniques, mais grâce à quelques indicateurs il est possible d'affirmer que ces publications avaient une très grande importance dans le quotidien des femmes pendant l'après-guerre. Walker signale comme un de ces indicateurs le nombre toujours grandissant de lectrices et d'abonnées aux magazines : la circulation des publications féminines était passée de quelques centaines de publications au début XXème siècle à plusieurs millions après la Seconde Guerre Mondiale. Un autre indicateur souligné par l'auteur est le fait que les éditeurs ne choisissaient pas les sujets traités dans les parutions uniquement pour des raisons économiques ; Nancy Walker affirme que les relations

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

entre les éditeurs et leurs lectrices étaient beaucoup plus interactives que les critiques le laissaient entendre. Quelques magazines menaient régulièrement des sondages parmi leurs lectrices pour avoir l'opinion des femmes sur des sujets spécifiques ou simplement pour savoir sur quels sujets elles aimeraient lire des articles, même des lettres envoyées aux magazines étaient constamment publiées.

En réalité les magazines féminins des années 1950 et 1960 n'avaient pas comme objectif principal l'engagement dans les débats politiques ou sociaux. Walker défend l'idée que ces publications descendaient directement de *Godey's Lady's Book*¹⁶ publié entre 1837 et 1877 par Sarah Josepha Hale, qui croyait que les femmes avaient des talents et des responsabilités absolument différentes de celles des hommes. Hale croyait également que la femme devrait avoir une éducation basée uniquement sur les tâches dites « féminines », c'est donc pour cela qu'elle a écrit *Lady's Book*.

« Quand les éditeurs du XXème siècle parlaient de leurs lectrices, leurs remarques avaient tendance à rappeler les idées de Hale. Herbert R. Mayes (rédacteur en chef de *Good Housekeeping*, puis de *McCall* pendant les années 1939-1969) racontait dans son autobiographie: nous n'avons jamais imaginé que les conseils sur la façon de s'habiller et de cuisiner ou sur comment rendre la maison plus agréable, étaient moins importants qu'une polémique sur l'éthique chrétienne. Les magazines les plus populaires n'avaient aucune obligation d'essayer d'influencer leurs lectrices avec des propositions de réforme de la société. (...) Elles ne voulaient pas faire le ménage plus rapidement pour pouvoir avoir plus de temps pour plus de tâches ménagères, mais plus de temps pour elles. Elles sont intelligentes et lucides, elles cherchent toujours de nouvelles idées. »¹⁷

Selon Fancesca Cancian et Bonnie Ross¹⁸, ainsi que Gaye Tuchman¹⁹, les magazines féminins reflétaient plus les changements dans l'image de la femme que les autres médias – la télévision, les films ou les livres- même si leur représentation était limitée à la sphère « domestique ». En contrepartie, Helen Franzwa²⁰ défend l'idée que ces publications ne suivaient pas l'évolution de l'image de la femme dans les sociétés américaine et britannique. La préoccupation pour

¹⁶ Hale, S.J., Godey, L.A. (2011). *Godey's Lady's Book January 1864*. Nabu Press.

¹⁷ Op. cit 7. p. 6.

¹⁸ Cancian, F. M., Ross, B. L. (1981). "Mass media and the women's movement: 1900-1977." *The Journal of Applied Behavioral Science*, 17. p. 9-26.

¹⁹ Tuchman, G. (1978). "The newspaper as a social movement's resource". *Heart and Home: Image of Women in the Mass Media.*, NY: Oxford University Press p. 202-234.

²⁰ Franzwa, H. (1975). "Female Roles in Women's Magazine Fiction, 1940-1970". *Woman: Dependent or Independent Variable*. Psychological Dimensions. p. 42-53.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

l'apparence physique, la maison et les enfants restaient les principaux sujets des magazines, même si les femmes cherchaient à être représentées autrement. Ces quatre spécialistes semblent être d'accord pour affirmer que les magazines féminins peuvent être vus de trois manières distinctes : comme une force de contrôle de valeurs traditionnelles sur le rôle de la femme ; comme un miroir des changements sociaux et culturels qui cherchaient une nouvelle image des femmes ; ou encore comme un agent des changements dans la perception et la valorisation de la femme. D'après Cancian et Ross les publications avaient ces trois fonctions à un moment ou un autre, ce qui laisse à penser que pendant les années 1960 et la revitalisation du mouvement féministe américain et britannique les revues reflétaient elles aussi les transformations dans le rôle des femmes.

Selon Demarest et Garner²¹ les magazines féminins étaient seulement un miroir des changements sociaux et culturels et non les instigateurs de ces transformations. Les auteurs affirment que les articles qui reflétaient des modifications de valeurs ou d'opinions n'étaient que la représentation d'événements qui marquaient l'histoire américaine et britannique : des articles qui portaient sur des questions politiques ou sociales étaient plus nombreux qu'après l'assassinat du président américain John F. Kennedy en 1963 ou pendant la Guerre du Vietnam ; des histoires sur des femmes qui travaillaient en dehors de la maison étaient publiées de manière plus fréquente quand les opportunités de travail pour les femmes étaient plus nombreuses et que leur dilemme entre leur profession et leurs enfants étaient un des principaux sujets traités par les lectrices.

« Cependant, même si nous acceptons l'idée que les grands magazines féminins ont contribué à des changements sociaux, ces publications (comme la majorité des médias) tendent à être conservatrices et à propager des idéaux également conservateurs. Malgré le fait que *Ladies Home Journal* ait augmenté le nombre d'articles sur des sujets politiques et sociaux, leur mission continue de renforcer les stéréotypes féminins. Dès leur création, leur objectif était de publier des informations et des conseils sur la maison, la famille et le mariage (...) C'est naïf de croire, néanmoins, à une simple relation unilatérale entre les lectrices et les magazines, vu que ces publications sont le produit d'une nécessité financière, d'un profit toujours grandissant...»²²

²¹ Demarest, J., Garner, J. "The Representation of Women's Roles in Women's Magazines Over the Past 30 Years", *The Journal of Psychology*. March 20, 1992. Consulté le 18 Juin 2013. « <http://www.lc.unsw.edu.au/onlib/refbib2.html> ».

²² Op.Cit. 10. p. 366.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

Walker²³ affirme que les messages idéologiques transmis par les magazines féminins des années 1950 n'étaient pas homogènes. En effet, dans la profusion de différents thèmes abordés par les éditeurs la notion du « domestique » était plus une idée imprécise que stable et définie.

« Non seulement les magazines bien distincts comme *Good Housekeeping* et *Harper's Bazaar* faisaient des présomptions concernant leurs lectrices, leurs envies, leurs valeurs et leurs goûts, mais aussi dans une seule parution du même titre plusieurs éléments donnaient des conseils et publiaient des images contradictoires. (...) Même si ces contradictions étaient causées par la nécessité des publications d'atteindre un public le plus varié possible, ces messages opposés paraissaient venir également de la confusion culturelle qui contrôlait les rôles des genres dans ces deux pays. »²⁴

Effectivement la notion du « domestique » était une des idéologies les plus complexes qui caractérisaient la période de l'après-guerre. Toujours selon N. Walker, le « domestique » signifiait beaucoup plus que les tâches ménagères et l'organisation de la maison. L'auteur affirme que le concept comprenait également les relations familiales et sociales, l'éducation des enfants, l'estime de soi, la valorisation de la consommation, la cuisine, l'engagement patriotique, la santé et l'attention portée à l'apparence physique. L'importance accordée à ces différents éléments du « domestique » variait d'un magazine à l'autre : *Vogue* parlait de mode et s'adressait à un public aisé, ainsi que *Harper's Bazaar*; *Mademoiselle* visait un public jeune et se concentrait sur l'éducation, la mode et la vie sociale des jeunes femmes, *Seventeen* était un manuel sur la façon d'être une adolescente populaire, *Love Story* était une publication qui visait le jeune public et qui diffusait des histoires d'amour et d'aventure et *Cosmopolitan* s'adressait aux jeunes femmes qui rêvaient d'une carrière.

Toutefois, l'idée que les représentations de la femme comme « femme au foyer », « mère » ou « épouse » dans les magazines ciblés pour les femmes blanches et de classe moyenne – puisque les recherches se feront autour de la réalité de ces femmes américaines et britanniques de l'après-guerre – changeaient avec le développement du mouvement féministe dans les deux cultures à partir des années 1950 est une des principales questions analysées pendant la thèse ici proposée.

²³ Walker A.N. (2000). *Shaping Our Mother's World: American Women's Magazines*. Jackson: University Press of Mississippi. p.7.

²⁴ Op.cit 7. p. 7.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

L'évolution de ces magazines en réponse au développement du mouvement féministe et des nouvelles revendications de femmes sera donc le fil conducteur de l'analyse.

Le corpus d'analyse est constitué des magazines mensuels qui avaient une part importante dans la construction de l'idéalisation de la femme : *Ladies' Home Journal*, *Good Housekeeping* et *McCall's* aux Etats-Unis et *Housewife*, *Women's Day* et *My Home* au Royaume-Uni. Ces publications étaient les plus traditionnelles et leur diffusion était les plus importantes des deux pays ; elles étaient lues par des millions des femmes de la classe moyenne ou supérieure. Pour cela, la nature des articles et des publicités étudiés sera organisée selon huit catégories :

1. Mariage et famille
2. Maison et cuisine
3. Santé
4. Beauté et mode
5. Questions politiques et/ou sociales
6. Développement professionnel
7. Vacances
8. Divers

Cependant, il semble très important de ne pas tomber dans l'erreur d'analyser ces publications seulement comme diffuseurs de la culture de la consommation de masse : les magazines féminins avaient également des relations complexes avec les autres valeurs culturelles de l'époque. Les éditeurs n'avaient pas l'intention d'organiser leurs publications uniquement sur ce que B. Friedan appelait la « femme mystifiée »²⁵. Les magazines féminins - dans leur contenu éditorial ou commercial - étaient le résultat de négociations avec les autres forces culturelles de l'époque, y compris les conditions économiques, les nouveautés technologiques, les définitions de classe sociale, les changements dans le monde du travail et dans l'organisation familiale, et même avec les politiques menées par le gouvernement.

²⁵ Friedan, B. (1997) [1963]. *The Feminine Mystique*. N.W.W. Norton & Company Y:

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

Trois dimensions d'analyse seront utilisées : le contenu éditorial -les articles écrits par l'équipe de la publication- le contenu publicitaire –produit à l'externe et inséré dans le magazine grâce à la location d'un espace de publicité- et le contenu photographique- produit au sein de l'édition, ainsi qu'à l'extérieur. Bien que ces trois contenus soient combinés dans les publications, les trois dimensions étaient distinctes, conceptuelles et méthodologiques. Il s'agit de trois « points de vues ».

Les contenus éditorial, publicitaire et photographique constituaient des composants intrinsèques, quasi indissociables des magazines féminins. En établissant la correspondance entre les thèmes abordés par l'éditeur (mode, décoration, cuisine, psychologie) et les produits annoncés dans les publicités (cosmétiques, vêtements, ameublement, aliments, médicaments...), les articles éditoriaux participaient à la création d'une atmosphère favorable à la venue de certains commanditaires²⁶.

L'objectif des recherches ne sera pas de défendre les magazines féminins des années 1950 et 1960 des critiques qui leur reprochent d'être le moyen optimal de diffusion de l'idéologie de la « femme parfaite » et du « domestique ». N. Walker réaffirme que l'utilisation de ces publications pour l'expansion de l'idéalisation de la femme blanche de classe moyenne et de la culture de consommation ne peut pas être questionnée. Par conséquent, il semble également évident que les magazines n'étaient pas la représentation de toute la diversité et réalité des femmes américaines et britanniques. Les revues n'étaient pas la seule institution culturelle à associer la classe moyenne avec la population blanche ; elles n'étaient qu'un élément diffuseur des notions et valeurs largement répandues dans la culture populaire de la deuxième moitié du XXème siècle.

Les différentes critiques à l'encontre de ces publications et leur stigmatisation de la femme accusaient les magazines d'encourager la définition d'une sphère propre à la femme à travers des articles et des publicités sur la maison et la vie familiale. Pourtant, quelques historiens de la culture- comme David Abrahamson et Lary May- défendent l'idée que le « domestique » était un concept beaucoup plus complexe que les sujets traités par les magazines féminins de l'après-

²⁶ Op. cit. 19. p.58.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

guerre. Abrahamson²⁷ affirme que le principal élan pour ce développement de valeurs familiales était économique. L'auteur cite des statistiques qui montrent la croissance économique comme cause principale de l'évolution de la culture de consommation. Entre 1945 et 1960 le produit intérieur brut (PIB) des Etats-Unis avait augmenté de 250%, la consommation individuelle de 300% et les nouvelles constructions de 900% ; en plus, avant la Grande Dépression de 1930 seulement 31% des Américains faisait partie de la classe moyenne, tandis que pendant les années 1950 cette proportion a grimpé à 60%.

« En raison de cette expansion économique extraordinaire, une grande partie de la société américaine a été transformée et, au cours du processus, le fond de la réalité sociale a été réformé. Pour beaucoup d'Américains, pratiquement tous les aspects de leurs aspirations matérielles et des perspectives sociales ont été améliorés. Sous l'impulsion de la richesse nouvellement créée, un changement sociétal singulier s'est produit : les questions de classe et de consommation, d'éducation, de résidence et de loisirs ont toutes été transformées. Au lieu de dépenser plus d'argent en biens de consommation, les Américains ont remodelé leurs valeurs pour s'adapter à une nouvelle vision des possibilités culturelles. »²⁸

En effet, selon plusieurs spécialistes, en transmettant ces changements et ces nouvelles valeurs, les magazines féminins de l'après-guerre n'isolaient pas leurs lectrices dans le monde domestique de la maison et de la famille. D'après N. Walker, les publications étaient en réalité un moyen d'intégrer les femmes dans la nouvelle culture populaire, une façon d'établir des connections entre la vie familiale, le « domestique » et la nation. Par ailleurs, il est bien connu que pendant la Seconde Guerre Mondiale les magazines féminins publiaient constamment des articles et des publicités qui liaient les femmes à la réalité de la guerre et qui encourageaient les lectrices à participer à l'effort de guerre. Cependant, le principal rôle des femmes –et des magazines- était de préserver les valeurs américaines et britanniques de toutes les manières possibles : en cultivant les « jardins de la victoire », en portant des robes plus économiques, en cuisinant des aliments qui ne faisaient pas partie du système de rationnement ou encore en évitant les produits trafiqués. Les éditeurs voulaient montrer aux femmes qu'elles faisaient aussi partie de la lutte nationale et que la guerre était présente même dans la sphère « domestique ».

²⁷ Abrahamson, D. (1996). *Magazine-Made America: The Cultural Transformation of the Postwar Periodical.*, Crosshill: Hapmton Press.

²⁸ Op. cit. 11. p. 10.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

Michael Kammen²⁹ révèle que les magazines féminins ont participé de plusieurs manières à la transition de la culture populaire vers une culture de masse. Pendant les décennies passées ces publications valorisaient l'individualisme et l'indépendance des femmes, mais à partir des années 1940 cette vision change, le sens de la collectivité et conformité commencent à être de plus en plus présent dans les articles, mais notamment dans les publicités. Les publicités des années 1920 et 1930 valorisaient la liberté individuelle des lectrices en les encourageant à faire leurs propres choix. Même si les publicités pour des produits de beauté et pour la maison faisaient partie des parutions, ces produits visaient les femmes indépendantes et dynamiques. Ce qui marquait vraiment la différence entre les magazines féminins des décennies antérieures et celles des années 1950 était le développement d'une culture de masse sans précédent dans l'histoire américaine et britannique. La consommation et les nouvelles technologies menaient à la standardisation sociale et culturelle.

Un autre facteur important à considérer est la diversité de messages subliminaux transmis par les magazines féminins. Effectivement, ces publications n'avaient pas une idée définie et unanime sur le véritable rôle de la femme dans le monde domestique ou même sur la définition et la caractérisation du terme « domestique ». Comme résultat, la « sphère féminine » restait un terrain contesté : la femme qui nettoyait sa maison tout en portant des talons et des perles était aussi une participante du monde culturel et politique ; des lectrices protestaient déjà contre la maigreur des mannequins dans les publicités et également contre la publication des histoires d'amour détruites par l'infidélité.

Une des principales critiques faites contre les éditeurs des publications féminines des années 1950 est leur accent sur ces messages subliminaux des articles et des publicités. Toujours selon Nancy Walker, quand les objectifs et les priorités de ces éditeurs - qui étaient en majeure partie des hommes - sont analysés il est possible de distinguer, cependant, leur respect pour leurs lectrices. Même si les femmes étaient uniquement représentées à travers leur rôles de « mère », « épouse » ou « femme au foyer », les éditeurs étaient absolument conscients de la nécessité de concilier les intérêts des magazines avec ceux des annonceurs, des familles et des nouvelles tendances culturelles de l'époque. Dans une vision historique, les magazines féminins des années

²⁹ Kammen, M. (1999). *American Culture, American Tastes: Social Change and the Twentieth Century*. NY: Knopf.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

1950 et 1960 représentaient l'apogée de plus de cent ans de publications que conseillaient les femmes sur une très grande diversité de sujets, de l'étiquette à table aux produits ménagers.

La partialité des magazines dans plusieurs débats sociaux était aussi très claire. En ce qui concernait le travail des femmes les magazines restaient ambivalents. Si pendant la Seconde Guerre Mondiale la participation féminine dans l'effort de guerre à travers leur travail dans les usines était absolument soutenue et encouragée, après 1945 de plus en plus d'articles étaient publiés critiquant les femmes qui travaillaient en dehors de la maison. En effet, les conséquences que le travail féminin pourrait avoir sur les enfants étaient une préoccupation majeure dans l'après-guerre, avec de multiples articles sur les dangers de rentrer dans le monde du travail et « délaisser » la famille. Les questions raciales étaient également présentes dans les publications. Le nouveau mode de vie qui caractérisait la société américaine de l'après-guerre - le *American Way of Life*- et qui influençait tellement la culture britannique- était fondé sur une classe moyenne conservatrice et, surtout, blanche. La famille idéale était toujours représentée par une famille blanche, même si le racisme -flagrant pendant les décennies antérieures- était beaucoup moins présent dans les magazines. Les différences de classe sociales étaient aussi une question délicate, l'idéalisation de la classe moyenne et blanche comme le modèle « parfait » de ce nouveau mode de vie faisait que les personnes non appartenant à ces groupes sociaux étaient considérées comme une population « à part » et potentiellement dangereuse.

Pendant les années 1960 –avec la renaissance du mouvement féministe et la recherche d'un nouveau rôle pour les femmes dans les sociétés américaine et britannique - les magazines féminins ressentaient le besoin d'admettre que leurs lectrices recherchaient une nouvelle manière d'être représentées dans la culture populaire de cette nouvelle décennie. Les définitions du « domestique » commençaient à changer. Tandis que pendant les années 1950 certaines valeurs qui limitaient les femmes dans la sphère familiale et domestique étaient prédominantes, à partir des années 1960 des signes d'un nouveau modèle social féminin étaient perceptibles. Au moment où des centres commerciaux, des autoroutes, des restaurants et des hôtels se développaient de plus en plus, la vie familiale devenait plus variée. La télévision aussi incitait à la consommation constante, ce qui encourageait les femmes à rentrer dans le monde du travail et leur mari à apprécier une autre source de revenu. Les années 1960 étaient marquées par la lutte

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

féministe pour une nouvelle vision de la femme dans les sociétés américaine et britannique, les mouvements féministes des deux pays se structuraient de manière plus organisée et leur combat était plus populaire que pendant les années 1950.

Les magazines reflétaient ces changements, les publications n'étaient plus uniquement « féminines », mais elles étaient d'avantage « féministes ».

« Ironiquement, le fait que les magazines féminins présentent la vie domestique comme complexe et à multiples facettes a placé ces périodiques au centre de la valorisation de la famille et de la classe moyenne, et ont inspiré des accusations contemporaines selon lesquelles ils ont été condescendants envers des lectrices supposées moins instruites. Des articles sur la mode, les maladies infantiles et les appareils électroménagers pourraient suggérer que la vie domestique était suffisamment vaste pour inclure l'apparence personnelle, les médicaments et la technologie; une telle gamme de sujets pourrait également être interprétée comme indiquant que les femmes qui étaient les lectrices principales des magazines étaient seules responsables de tout ce qui touchait à la vie domestique ou qu'elles n'étaient pas perçues comme capables de décider de la façon dont elles s'habilleraient ou de choisir leurs appareils électroménagers. Ceux qui ont critiqué les magazines féminins ont considéré ces publications comme des textes normatifs établissant des normes pour le travail et le comportement de la femme. Bien que ce point de vue soit partiellement justifié, il est tout à fait correct de considérer ces publications comme des textes reflétant et décrivant les changements culturels se produisant bien en dehors de leur contrôle éditorial. »³⁰

A propos de la validité des magazines comme sources historiques à des recherches scientifiques, Nancy Walker affirme dans son ouvrage *Women's Magazines : Gender Roles and the Popular Press* :

« La lecture d'un échantillon d'articles parus dans des magazines à grand tirage entre 1940 et 1960 ouvre une fenêtre sur cette période de l'histoire qu'aucune autre source ne peut fournir. Comme les historiens l'ont compris, la culture populaire d'une époque - les livres, les films, la musique, et même la nourriture et les vêtements - nous donne un aperçu des valeurs, des goûts et des désirs qui à leur tour influençaient les décisions et les tendances politiques et économiques. Des magazines lus par des millions de femmes nous permettent de comprendre ce que la société attend d'eux et, dans une moindre mesure, ce que les femmes espéraient de la vie dans la culture américaine. Que l'on considère que les magazines ont tenté de dicter aux femmes ce qu'elles devraient être et

³⁰ Op. cit. 24. p. 27.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

comment elles devraient se comporter ou penser, elles constituent une ressource essentielle pour comprendre une période cruciale du XXe siècle. »³¹

En tant qu'historienne, je me suis toujours intéressée à cette période, en particulier pour son esthétique remarquable et la dualité qui existait entre l'éternelle quête d'une « vie parfaite » et la réalité de ces femmes, dont la majorité vivait une vie isolée et limitée. La différence cruciale entre les femmes modernes du XXIème et les femmes des années 1950 est que leur futur était déjà tracé : aller à l'université pour se préparer au mariage, très particulièrement pour les femmes blanches de classes moyennes et supérieures, rencontrer un garçon qui conviendrait à leur famille, se marier puis finalement, avoir des enfants et une belle maison. La vie dont toutes les jeunes femmes rêvaient.

Pendant l'après- guerre, plus précisément dans les années 1950 et 1960, une grande attention fut donnée à la « question de la femme » à la radio, à la télévision, dans les magazines et dans des études sociales et psychologiques. Les discussions autour de la « condition de la femme »³² étaient omniprésentes aux Etats-Unis et au Royaume-Uni :

« Le sexe féminin est un problème social. Qu'une femme soit jeune ou âgée, qu'elle soit mariée ou non, que la femme travaille ou non, elle risque de poser problème. Ce problème est en grande partie d'origine économique car le mariage et la famille sont encore mal adaptés au nouveau contexte social. »³³

Dans une période d'innovations, où tout le système social et culturel des sociétés américaine et britannique était en pleine transformation, la femme et la famille furent perçues comme une force morale stable, gardiens des traditions et des valeurs sûres. Une propagande bien orchestrée remit au goût du jour les stéréotypes du XIXème siècle dans le cercle très privé du noyau familial restauré. Les femmes dynamiques, autonomes, actives, les « Nouvelles Femmes » mises en valeur à la veille de la guerre par des magazines comme *The Ladies Home Journal* et *Good Housekeeping* aux Etats-Unis ou *Housewife* et *Woman's Day* au Royaume-Uni, disparurent de ces publications qui désormais méritaient leurs noms. Le début des années 1950 témoigne de la

³¹ Walker, N. A. (1998). *Women's Magazines 1940-1960: Gender Roles and the Popular Press*. Boston: Bedford Books. p.19.

³²Holland, Mary. 1965. The Feminine Condition. *The Spectator*, 23 Octobre 1965, p. 553.

³³Harold L. S. (1990), *British Feminism in the Twentieth Century*. Londres: Aldershot, 170.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

réapparition de la barrière entre vie privée et vie publique, résurgence d'un autre âge. Cette séparation s'inscrivait jusque dans l'espace avec le départ vers les banlieues de rêve, des mères de jeunes enfants qui s'y trouvèrent isolées toute la journée pendant que les hommes travaillaient. On vivait dans le charme trompeur de l'« être-ensemble », nouvelle valeur qui exaltait la gloire de la famille et du foyer, le *togetherness*, expression fortement utilisée dans les cultures américaine et britannique et devenue le symbole de toute une époque.

S'ouvrit alors une période de mariages précoces et de familles nombreuses, la maison reprit sa place centrale dans la vie des femmes, censées puiser dans ce statut un bonheur de tous les instants. Maintenir la maison, préparer les repas, prendre soin des enfants, les aider à effectuer leurs devoirs, être l'épouse idéale, faire la vaisselle, tout en restant élégante, c'est à cela que ressemblait la journée de la plupart des femmes blanches de la classe moyenne des années 1950.

« Dans les quinze ans qui ont suivi la Seconde Guerre mondiale, cette idée de l'épanouissement féminin est devenue le noyau chéri et auto-perpétuant de la culture américaine contemporaine. Des millions de femmes vivaient leur vie à l'image de la ménagère parfaite, qui disait au revoir à son mari devant la baie vitrée, conduisait leur véhicule rempli d'enfants, et souriait devant l'appareil électroménager le plus moderne possible. Elles cuisaient leur propre pain, cousaient leurs vêtements et ceux de leurs enfants, faisaient fonctionner leurs nouveaux lave-linges et sèche-linges toute la journée. Leur seul rêve était d'être des épouses et des mères parfaites; leur plus haute ambition d'avoir cinq enfants et une belle maison, leur seul combat, pour obtenir et garder leurs maris. Elles ne pensaient pas aux problèmes « non féminins » du monde extérieur; elles voulaient que les hommes prennent les décisions majeures. Elles se sont glorifiées dans leur rôle de femmes et ont écrit fièrement sur le recensement: «Occupation : mère au foyer. »³⁴

Progressivement un sentiment d'insuffisance est apparu: « La vie ne se résume-t-elle qu'à cela? ». Soudainement cette vie n'apparaissait plus aussi extraordinaire, le mariage n'était plus aussi gratifiant, la maison devenait trop petite. Les femmes changeaient la décoration, la couleur de leurs cheveux, bon nombre d'entre elles changeaient de quartier, mais elles n'étaient toujours pas satisfaites, quelque chose manquait: une vie séparée de la famille, une personnalité qui ne serait pas basée sur celle de leur mari : ainsi, leur combat pour l'autonomie commençait.

³⁴ Op. cit. 27. p. 60.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

« Les femmes blanches des classes supérieures étaient engagées à changer les termes de la vie féminine de cette période extrêmement conservatrice. Je pense que ces petits premiers pas qui leurs éloignaient de plus en plus des rôles traditionnels étaient d'une grande importance : le témoignage le plus évident de cela était l'ampleur que le mouvement féministe acquerrait par la suite et qui était essentiellement le résultat de la force et de l'expérience des femmes des années 1950»³⁵

« J'ai l'impression de dormir tout le temps, mais je ne sais pas pourquoi je suis si fatiguée. Cette maison n'est pas aussi difficile à nettoyer que notre ancien appartement, là où nous vivions pendant les années où je travaillais en dehors de la maison. Les enfants sont à l'école toute la journée et ce n'est pas l'entretien de la maison qui m'épuise... mais je ne me sens plus vivante. »³⁶

A la fin des années 1950 la lutte contre l'idéalisation de la femme et le *feminine mystique*³⁷ était lancée : c'est la réapparition du caractère transformateur et innovateur des engagements pris par les féministes du début du XXème siècle qui fait des années 1950, 1960 et 1970 une période unique dans l'histoire. C'est le début du développement et de l'organisation internationale du mouvement féministe et de toute une nouvelle ère pour la femme moderne.

Un des objectifs primordiaux de cette recherche est de démontrer que l'évolution de ce sentiment de frustration vers une véritable lutte féministe pour les droits des femmes a fait des années 1950, 1960 et 1970 une période essentielle pour l'émancipation féminine. Il s'agira d'examiner et de comparer les mouvements féministes aux Etats-Unis et au Royaume-Uni afin d'établir une représentation complète et détaillée des deux sociétés pendant la période. Le développement de la société de consommation dans les années 1950, les magazines féminins, les publicités et autres moyens de construction de l'idéologie de la « femme parfaite » seront comparés et observés pour en extraire des différences, similitudes et influences entre les mouvements féministes américain et britannique de l'après guerre.

La question principale de cette analyse est fondée sur l'évolution que les femmes ont vécue pour parvenir à changer ce modèle de la « femme parfaite » imposé par la culture de l'époque. L'objectif primordial est en conséquence d'analyser la transformation de la « femme parfaite »

³⁵ Op. cit 7. p.11

³⁶ Op. cit. 7, p.65.

³⁷ Op. cit. 7.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

américaine et britannique des années 1950 vers la féministe des années 1960 qui commence à lutter pour l'autonomie féminine et pour une nouvelle perception de la femme.

La compréhension de la transformation des ces femmes qui ont grandi dans la culture des années 1950 où la définition et la séparation des sexes étaient formellement définie en féministes et instigatrices de mouvements sociaux paraît essentielle. Quelles expériences ont vécu ces femmes blanches de classe moyenne ? Quelles étaient les éléments qui ont contribué à cette transformation ?

Les réponses à ces questions et les résultats présentés dans cette thèse permettent ainsi d'établir si les mouvements féministes des deux pays se ressemblaient ou si les forces culturelles, sociales et politiques respectives ont créé deux modèles de féminisme distincts.

Il paraît évident que les interconnexions entre deux cultures ne peuvent pas être correctement établies si l'histoire d'un pays est étudiée de manière isolée. Par exemple, des idées furent échangées entre les Etats-Unis et le Royaume-Uni pendant les campagnes suffragistes, les mouvements pour la paix et pour la contraception durant la période 1900-1930.

Cependant, la littérature, la musique et surtout le cinéma ont renforcé les liens entre les Américains et les Britanniques : la culture populaire liait déjà les deux sociétés pendant l'entre-deux-guerres. Depuis la Deuxième Guerre Mondiale, on a pu constater l'influence du système capitaliste américain et la forte résistance contre les mouvements sociaux sur la culture britannique et en même temps l'apport de valeurs morales et de conduites traditionnelles. Toutefois, le mouvement des droits civiques, le *Black Power*, le mouvement féministe, le mouvement homosexuel et les campagnes pour l'environnement ont suscité des nouvelles idées de rébellion au Royaume-Uni. Les années 1950 et 1960 furent donc essentielles dans l'histoire des relations entre les deux pays. Cette période est significative de l'ampleur des interactions et influences entre les deux cultures.

Toutes les mobilisations de masse qui ont marqué la société américaine des années 1960 ont sans doute relégué le mouvement féministe au second plan mais, incontestablement, elles ont aussi contribué à son développement et à sa diffusion. Le mouvement pour la paix contre la guerre du Vietnam, le *Civil Rights Movements* et le *Black Power Movement* ont fait des années 1960 une décennie singulière, marquée par une forte contestation sociale et par des mobilisations qui ont souvent suscité des violences contre la population. L'année 1968 fut un vrai tournant dans la

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

lutte des classes en Europe, la plus connue fut la révolte de Mai en France qui amenait des barricades dans le quartier Latin à Paris et une grève générale de dix millions de travailleurs dans le pays.

Aux Etats-Unis, les événements furent certainement aussi imposants et traumatisants. De violentes attaques contre les forces américaines au Vietnam furent un coup terrible à l'autorité et à la morale de l'effort de guerre, les assassinats de Robert F. Kennedy, candidat à la présidence, et de Martin Luther King Jr., le dirigeant du mouvement pour les droits civiques, renforcèrent les manifestants dans leurs mouvements. La mort de ce dernier déclencha la révolte des Afro-américains et est traditionnellement citée comme la transition du mouvement de libération nationale des Afro-américains vers le militantisme de type *Black Power*. Parallèlement, le mouvement étudiant américain entra dans sa phase la plus active, entre janvier et juin 1968, 200 manifestations de masse étudiantes ont été organisées, dont 59 se terminèrent par l'occupation des locaux. La grève de l'Université de Columbia fut la plus remarquable parmi celles qui soulevaient les enjeux cruciaux du racisme anti-noir (l'université construisait à ce moment un nouveau gymnase contre la volonté de la communauté noire de Harlem), des liens entre l'université et la machine de guerre et des principes d'un gouvernement démocratique.

Le mouvement étudiant fut aussi la composante centrale d'un mouvement de masse non violent contre le congrès national du Parti Démocrate, qui se tenait à Chicago. Néanmoins, l'ensemble des événements de 1968 posait à peine la question du « pouvoir » sur le plan national, comme ce fut le cas à Paris. Le mouvement noir, après M.L. King, fût certes plus militant, mais aussi plus fragmenté et harcelé par des infiltrations policières, il souffrit d'ultra-gauchisme. Le mouvement étudiant, dont l'expression la plus achevée était le SDS (*Students for a Democratic Society*), qui revendiquait une bonne centaine de milliers d'adhérents, explosait au printemps 1969 ; il ne réussira plus jamais à regagner sa cohésion organisationnelle antérieure. La protestation de Chicago ne parvint pas à imposer Eugene McCarthy, le « candidat de la paix », et Richard Nixon devait gagner les élections en automne 1968.

A la différence des Etats-Unis, le Royaume-Uni n'a connu qu'une version modérée des « événements de 1968 ». Les universités britanniques ont connu, à la suite des recommandations du rapport Robbins de 1963, une démocratisation tardive qui peut expliquer certains aspects

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

majeurs du «Mai anglais » ainsi que ses faiblesses : le nombre d'étudiants augmenta de 211 000 en 1964 à 250 000 environ en 1968. Cependant, la courte durée du *baby-boom* anglais, le malthusianisme appuyé par le gouvernement et la lenteur de l'ouverture de l'enseignement supérieur à d'autres classes sociales ont fait que les étudiants y étaient deux fois moins nombreux qu'en France par exemple. Au même moment, la forte fragmentation de l'enseignement supérieur anglais a certainement restreint un éventuel mouvement national des étudiants : l'enseignement était partagé entre les quarante-six universités privées, les universités publiques et les établissements d'enseignement professionnel postsecondaire municipaux ou privés. Les troubles étudiants ont touché surtout les universités privées et très peu, voir pas du tout, le secteur public. Le mouvement étudiant s'inscrit également dans un contexte national spécifique : la « révolution culturelle des *Sixties* »³⁸, l'apparition de la « société permissive » et le bouleversement des traditions sociales et culturelles se combinaient avec une crise économique pour donner un caractère bien spécifique à ce mouvement au Royaume-Uni. Le contexte national et la présence au pouvoir d'un gouvernement travailliste expliquaient la faible intensité des troubles universitaires, la politisation limitée des étudiants incapables d'entraîner la jeunesse populaire, et l'impossible rencontre entre la révolte de la nouvelle gauche et le mouvement ouvrier. Cependant, l'influence des militantes des droits civiques aux Etats-Unis était clairement réclamée par les leaders du mouvement étudiant anglais, ainsi qu'irlandais.

« Néanmoins, le « Mai anglais » est sans conteste une exception au regard des mouvements étrangers. Ni vraiment politique ni réellement social, il est resté essentiellement étudiant et universitaire et n'a pas entraîné l'ensemble de la jeunesse dans la révolte. On peut au mieux y voir la version étudiante de la « révolution culturelle » des *Sixties*. »³⁹

Même s'ils ont été différemment ressentis en Amérique du Nord et au Royaume-Uni, les mouvements sociaux des années 1960 ont changé la façon avec laquelle les deux sociétés concevaient les transformations sociales et culturelles demandées par ces manifestations : la lutte des militantes pour la cause étudiante, pour les droits des Noirs et pour la paix a ouvert le chemin au développement du mouvement féministe dans les deux pays. La singularité du féminisme

³⁸ Marwick, A. (1978). *The Sixties: Cultural Revolution in Britain, France, Italy and the US: 1958-1974*, Oxford

³⁹ Scot, M. (2008). « Y eut-il un 'Mai 1968' au Royaume-Uni », *Histoire et Politique. Politique, culture, société*, N° 6, septembre-décembre 2008. p.18. « www.histoire-politique.fr ».

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

américain est que son évolution fut camouflée par les mouvements pour la paix et pour les *civil rights*, tandis qu'au Royaume-Uni l'impact de ces mouvements fut considérablement moins important. Ceci a fait que le féminisme britannique des années 1960 a pu jouer un rôle beaucoup plus visible dans le tourment des troubles qui touchaient le pays. ; au début des années 1960 le féminisme s'imposait comme un des plus importants mouvements contestataires aux Etats-Unis ainsi qu'au Royaume-Uni.

Comment les interactions entre les deux cultures ont-elles pu affecter leur manière de se regarder ? Comment les sociétés américaine et britannique des années 1950 et 1960 ont-elles traduit leurs similitudes et leurs différences dans le fonctionnement d'un des mouvements sociaux le plus importants de l'époque : le mouvement féministe. C'est le souhait de répondre le mieux possible à ces questions qui fonde l'intérêt de cette recherche.

«Le casse-tête le plus intrigant est le fait que dans ces deux pays qui parlent le même langage mais le prononcent très différemment, l'un vaste et l'autre petit, il existe également des accents divers et des langues distinctes. Au cours des 100 dernières années, il y a eu des moments de connexion intense et d'incompréhension absolues. Il existe une question d'examen classique, «Comparaison et contraste»: c'est bien sûr toujours plus facile à dire qu'à faire, en particulier parce que ce ne sont pas des entités homologues à impulsions synchronisées. »⁴⁰

L'analyse présente l'évolution des deux sociétés pendant la période et les transformations culturelles et sociales créés par cette « nouvelle » société de l'après-guerre, la consommation de masse, l'idée que tout est possible, l'espoir d'un futur prospère par la modernisation et les nouvelles technologies. L'intérêt principal de la thèse est de s'enquérir sur des possibles influences de cette « nouvelle société américaine » et de la lutte des femmes américaines, qui n'acceptaient plus d'être limitées à leur rôle de femme au foyer, dans la culture et dans la société britannique de l'époque.

L'autre intérêt de cette étude est d'en finir avec l'idée reçue selon laquelle les années 1950 et 1960 constituaient une période de gloire, les *golden days*, quand les sociétés américaine et britannique étaient organisées de telle manière que les femmes étaient censées être parfaitement

⁴⁰ Rowbotham, S. (2000). *Century of Women: The History of Women in Britain and the United States in the Twentieth Century*. Londres: Viking Penguin Inc. p.5.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins »

et indéniablement heureuses. La révélation du vrai visage de cette culture est valide et importante non seulement pour des raisons historiques, mais également pour comprendre particulièrement la femme américaine et britannique de l'époque. Grâce à cette lutte féministe les femmes modernes peuvent choisir entre une vie de famille et une vie professionnelle ou choisir d'avoir les deux: être mère et poursuivre une carrière en même temps. Cela prouve qu'il est possible de travailler et d'avoir une famille, que les femmes ne sont pas obligées de choisir entre la réalisation professionnelle et la réalisation personnelle. Avant les années 1950, les femmes se trouvaient face à un dilemme: embrasser une profession et une vie solitaire ou avoir une vie de famille en laissant de côté leurs ambitions professionnelles. C'est grâce aux femmes des années 1950, 1960 et 1970 qu'aujourd'hui de nombreuses femmes peuvent étudier pour une future carrière et, en même temps, rêver d'une vie de famille.

Afin de mener à bien ces analyses, le premier chapitre, « L'après-guerre aux Etats-Unis et au Royaume-Uni : La construction d'un nouveau mode de vie » se propose d'analyser les contextes historiques des deux pays ainsi que le rôle et le pouvoir social et culturel exercé par les médias, en particulier par les magazines féminins.

Le second chapitre, « Les années 1950 : l'idéologie de la « femme parfaite » sera rédigé dans une perspective plus critique et plus comparative. Les recherches se concentreront sur l'éveil du sentiment de frustration chez les « femmes au foyer » et sur comment la presse féminine des deux pays participait à la construction de l'idéologie de la *perfect housewife*.

Enfin, le troisième et dernier chapitre, « Les années 1960 : La crise d'identité de la femme et la quête pour un nouveau rôle dans la société », sera consacré à l'analyse du début de la deuxième vague du mouvement féministe pendant les années 1960 et son impact sur la presse féminine. La fin de ce chapitre analysera également la transition de la presse féminine dite « traditionnelle » vers des publications clairement féministes pendant les années 1970, ces magazines n'étant pas seulement les témoins de la « révolution féministe », mais ils étaient avant tout le résultat d'une « nouvelle femme ».

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

PREMIERE PARTIE

L'après-guerre aux Etats-Unis et au Royaume-Uni :
la construction d'un nouveau mode de vie

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

1.1. The American Way of Life

1.1.1. Une nouvelle société

Avant les années 1950, les Etats-Unis ont souffert de presque vingt ans de stagnation provoquée par la Dépression et la Seconde Guerre Mondiale. Des transformations sociales ont été apportées en réponse aux conditions difficiles de ces années changeantes. A la fin de la guerre, les soldats revenaient au pays et la société américaine pouvait enfin se concentrer sur son avenir. Ainsi, l'Amérique était finalement prête à vivre son nouveau mode de vie, *The American Way of Life*, une organisation sociale, culturelle et économique fondée sur le train de vie d'une classe blanche moyenne et florissante, et qui allait construire l'idéologie de la « ménagère » et de la « femme parfaite ».

De 1945 au début des années 1950, le Produit intérieur brut (PIB)/ habitant américain est un des plus élevés du siècle. De plus, de 1945 aux années 1960, le niveau de vie a fortement augmenté (il est multiplié par deux entre 1945 et 1965) et la classe moyenne (*middle-class*) s'est considérablement développée représentant désormais les 2/3 de la population totale grâce, en particulier, au développement des professions libérales, mais surtout au nombre de plus en plus important de « cols blancs⁴² ». L'administration du Président Harry S. Truman (1945-1953) a prévu à la fin de la guerre un grand programme social, le *Fair Deal*⁴³, et de travaux publics pour garantir l'emploi à quelques 60 millions d'actifs. L'économie américaine se définissait alors comme une économie de consommation, soutenue par un maintien du plein emploi actif. Le chômage se stabilisait de ce fait à 5% de la population active : la création d'emploi était constante.

⁴²De nos jours, l'expression col blanc est un terme d'argot utilisé pour désigner des individus faisant partie des élites, du monde des affaires et de l'entreprise en particulier, parfois aussi de la politique.

⁴³Le *Fair Deal* est une réforme économique et sociale soutenue par le président Harry Truman et défendue devant le Congrès américain le 5 janvier 1949, visant, dans la continuité du New Deal de Roosevelt, à assurer le plein-emploi, à augmenter le salaire minimum, à soutenir les tarifs agricoles, à renforcer le système de sécurité sociale, à améliorer l'habitat et la mise en œuvre de grands travaux.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

De plus, l'économie était nouvelle et semblait renouer dès le début des années 1950 avec la croissance des années 1920, même si la situation était évidemment différente. Le pays se basait sur l'industrie symbolisée par des produits phares comme l'automobile ou les appareils ménagers, ainsi que sur la production et la consommation en masse de nombreux produits nouveaux (matière plastique, nylon, téflon, électroménager, TV...). En outre, les progrès économiques des Etats-Unis étaient très fortement liés au perfectionnement du système productif, commercial (développement du crédit), de la recherche, du marketing et de la publicité (d'où le grand développement du secteur tertiaire). Tout cela donnait en effet l'image d'une société d'abondance où le capitalisme engendrait la prospérité.

D'autre part, cette notion d'*American Way of Life* atteignait la majorité de la société américaine. Cette dernière entrait alors dans un période d'aisance: En 1945, 22% des Américains étaient considérés comme pauvres, c'est à dire qu'ils consacraient un tiers de leur revenu à l'alimentation. Même si la proportion des familles en difficulté économique n'a pas vraiment changé avant les années 1960, le niveau de vie s'améliorait dès la fin de la Seconde Guerre Mondiale (multiplié par deux entre 1945 et 1965) grâce au plein emploi et à la prospérité.

Suite à la Grande Dépression et à la Seconde Guerre Mondiale, les années 1950 représentaient une ère de paix, prospérité et stabilité, malgré la Guerre de Corée, la Guerre Froide, le Maccarthysme et l'expansion du mouvement pour les droits civiques des noirs. La décennie était une période de prospérité économique pour la majorité des Américains- précisément pour la population blanche de classe moyenne ou supérieure. Grâce au très faible taux de chômage, la hausse des salaires et la prospère société de consommation, une très grande partie des Américains se voyait grimper les échelles sociales et arriver au statut de classe moyenne. Culturellement et politiquement les années 1950 étaient une période de consolidation.

Les attentes étaient fortes en dépit de craintes au sujet de dangers atomiques et de la possibilité d'une dépression d'après-guerre. Le discours de l'après-guerre exhaussait la nécessité d'égalité et les promesses d'une vie meilleure pour tous. La Seconde Guerre mondiale est l'événement du XXe siècle qui a le plus facilité l'assimilation culturelle aux Etats-Unis, puisque des groupes et des valeurs disparates semblaient se fondre dans une

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

culture nationale commune. Les quatre années de guerre ont apporté une consolidation nationale sans précédent. Les barrières sociales et même quelques-unes des marques extérieures d'identification de classe semblaient disparaître.

La politique extérieure du président Truman (mandat de 1945-1953) était dominée par la Guerre Froide avec l'URSS et le rapprochement étroit des Etats-Unis avec l'Europe Occidentale. Les relations avec l'URSS se dégradaient rapidement, l'esprit de coopération qui a prévalu pendant la guerre laissait peu à peu la place à une suspicion réciproque, qui se développait et se cristallisait sur la forme de la « guerre froide ». Fortement décidés à s'opposer au progrès du communisme, les américains se posaient comme défenseurs du monde libre et lançaient une politique « impérialiste » et interventionniste. En politique intérieure, Truman s'efforçait à transformer une économie de guerre en une économie de paix, le président proposait alors un programme en vingt-quatre points- *le Fair Deal* : l'augmentation des indemnités de chômage, l'aide fédérale au logement et à l'éducation, l'augmentation du salaire minimal, la garantie des droits civiques et, surtout, l'extension du contrôle des prix. Le congrès, dominé par les républicains, s'opposait à plusieurs de ces propositions, le rejet du contrôle des prix a eu comme conséquence une hausse du coût de la vie de 18% en 1946. Près de 5 millions de travailleurs se mettaient alors en grève pour réclamer une augmentation des salaires.

Malgré leur suprématie économique et militaire, les Américains étaient très inquiets par la guerre froide. Celle-ci engendrait, à l'intérieur du pays, des réactions politiques proches de l'intolérance. Les intégrants du parti communiste américain étaient poursuivis. En 1950, le congrès imposait la loi *McCarran*, sur la sécurité intérieure, visant à empêcher l'entrée sur le territoire américain de toute personne membre d'une organisation communiste. L'instigateur de la campagne anticommuniste était le sénateur Joseph R. McCarthy, la « chasse aux sorcières » se portait sur des hauts fonctionnaires, des universitaires, des artistes ou toute personne accusée de sympathiser avec le communisme.

L'élection du nouveau président Dwight David Eisenhower (mandat de 1953-1961) et de son vice-président Richard Nixon marquait le retour des républicains au pouvoir. Eisenhower et son secrétaire d'état John F. Dulles étaient les responsables de la politique de *containment* face à l'expansion soviétique. Cette politique menait le pays à étendre continuellement son

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

engagement militaire dans le monde entier et se révélait de plus en plus couteuse, avec la création de nombreuses bases militaires et l'entretien des flottes américaines en Méditerranée et dans la Pacifique. Les relations américano-soviétiques connaissaient un début d'amélioration après la mort de Staline en 1953, mais les relations entre les deux pays restaient extrêmement tendues. La course aux armements qu'a suscitée la guerre froide s'accélérait lorsque les Etats-Unis font exploser la première bombe à hydrogène, en 1952, imités par l'URSS six mois plus tard. Les deux superpuissances commencent la construction des armes de grande portée et, en 1957, ils disposaient chacun des missiles balistiques intercontinentaux. Après plusieurs accords et aides économiques aux pays en guerre contre des régimes communistes (comme la France et Taïwan par exemple) et la mort de J. F. Dulles en 1959, la détente commençait à s'amorcer avec la visite du dirigeant soviétique Nikita S. Khrouchtchev aux Etats-Unis en Septembre de la même année. Néanmoins, les relations entre les deux pays se durcissaient à nouveau avec la découverte du survol des territoires soviétiques par un avion U-2 américain, abattu en pleine mission d'espionnage au-dessus de l'URSS en Mai 1960.

Hantée par la menace soviétique, la politique extérieure américaine s'enferme, jusqu'à la fin des années 1960, dans une conception idéologique bipolaire qui opposait monde libre et monde communiste. La présidence d'Eisenhower bénéficie, en même temps, d'une prospérité inédite. Gênés par la violente campagne anticommuniste menée par le sénateur McCarthy, le président et le sénat finissent par la censurer en 1954. La période est également marquée par la fin de la ségrégation raciale et les vives résistances qu'elle provoquait dans le sud du pays et, surtout, par le développement des mouvements pour les droits civiques des noirs. Après la Seconde Guerre mondiale, les noirs prenaient d'avantage conscience de la ségrégation raciale dont ils étaient victimes, laquelle était plus économique dans le Nord, et extrêmement institutionnelle et politique dans le Sud. Le président Eisenhower était clairement contre cette ségrégation et instituait la fin de l'exclusion raciale dans le gouvernement et dans l'armée. Le président multipliait les actions pour en finir avec la ségrégation et encourager les autorités locales à le faire également.

Pourtant, de nombreux états du Sud tentaient de contourner les nouvelles lois. En Septembre 1957, le gouverneur de l'Arkansas, Orval E. Faubus, ordonne à la garde nationale d'empêcher neuf étudiants noirs de rentrer dans le lycée de *Little Rock*. Le président décide alors

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'intervention des troupes fédérales pour mettre fin à la résistance du gouverneur Faubus. La fin de la ségrégation était très lente et compliquée dans le sud des Etats-Unis : en 1960 seules 765 des 6 676 écoles acceptaient des étudiants noirs.

Le mouvement pour les droits civiques des noirs prenait ainsi une très grande ampleur dans tout le pays. En Décembre 1955, le pasteur noir Martin Luther King Jr. était à l'origine du boycottage des autobus municipaux de la ville de Montgomery, qui a duré 381 jours, afin de s'opposer à toute forme de ségrégation raciale. Les manifestations en faveur de l'égalité raciale se multipliaient dans tout le sud du pays, sur l'initiative de plusieurs organisations et personnalités noires : la Southern Christian Leadership Conference, fondée en 1957 par Martin Luther King Jr., le Congrès de l'égalité raciale, l'Association Nationale pour le progrès des personnes de couleur, Black Muslims, Malcom X, Ralph David Abernathy et Rosa Louise Parks. Sous leur pression, le congrès votait la loi des Droits Civiques en 1957.

En même temps, la célébration de la «prospérité sans classes» -entre blancs- était imprégnée dans la culture populaire que les Américains de l'époque consommaient. Russell Lynes et son ouvrage *Highbrow, Lowbrow, Middlebrow, Now: An Interview with Russell Lynes*⁴⁴, a contribué à populariser la nouvelle «obsolescence» des classes sociales avec son essai de 1949. Les classes économiques étaient obsolètes, a insisté Lynes, la population choisissait ses plaisirs et ses biens de consommation strictement sur la base du goût collectif, conclut-il, et la banlieue devenait une grande fusion de personnes qui cherchaient le même style de vie. Ces images et les perceptions d'une société sans classes ont finalement trouvé son expression linguistique quand, en 1961, le dictionnaire international Webster a reconnu l'existence de cette nouvelle expression: « style de vie ».

Ce nouveau terme, qui a progressivement remplacé l'ancienne formule «mode de vie», représentait les nuances d'une société sans classes. La phrase « mode de vie » était pleinement compatible avec la reconnaissance d'importantes distinctions de classe économique. Bien que les personnes puissent être décrites comme visant à choisir ou à atteindre un certain «mode de vie», elles pouvaient aussi facilement être considérées comme héritières d'un mode de vie et

⁴⁴ Lynes, R. (1983). *Highbrow, Lowbrow, Middlebrow, Now: An Interview with Russell Lynes*. NY : American Heritage Publishing Co.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

d'une situation économique particulière. Mais un «style de vie» était moins susceptible d'être déterminé par la classe sociale ou par l'héritage. L'expression suggérait le libre choix, la recherche sans entraves pour ce qui paraissait approprié, elle pouvait aussi évoquer une conscience particulière en relation à la consommation de produits qui représentaient ce style.

Cette vision reflétait des changements réels dans la société américaine. Pendant les années 1950 le revenu moyen des familles a progressé de 26%, ce qui a permis à de nombreuses familles à élever leur niveau de vie. Néanmoins, la majorité de ces personnes qui se disaient faisant partie de la « classe moyenne » ne l'étaient pas vraiment. En réalité, la société de consommation était fondée sur les familles de très hauts revenus, qui avaient accès à la majorité des produits et services.

1.1.2. La place des femmes : la famille et le travail

Avec le retour des soldats des champs de bataille et les retrouvailles familiales, une énorme crise du logement s'installait : aucun logement nouveau n'avait été construit en presque vingt ans. L'économie se développait et le marché du travail était en pleine expansion, mais la crise du logement était extrêmement rigoureuse. Cela a forcé la population à délaisser les grandes villes et à s'installer dans des nouvelles zones : les banlieues. Les banlieues attiraient presque tous les types de familles, ces nouveaux quartiers étaient accessibles à toutes les couches sociales, de la classe ouvrière à la classe supérieure. Ceci était partiellement dû au fait que les maisons étaient vendues à des prix extrêmement variables : des manoirs à Greenwich, Connecticut, pour \$62.000 ou de petites maisons pour \$6.000 dans la ville de Daly, en Californie. Selon David Chalmers⁴⁵, chaque année, une famille sur cinq quittait les grandes villes pour s'installer dans les nouvelles banlieues ; entre 1940 et 1960 cela représentait une masse migratoire de 40 millions de personnes : un des plus grands mouvements migratoires de l'histoire du pays.

S'ouvrit alors une période de mariages précoces et de familles nombreuses, la maison reprit sa place centrale dans la vie des femmes, présumées puiser dans ce statut un bonheur de tous les instants. Maintenir la maison, préparer les repas, prendre soin des enfants, les aider à effectuer

⁴⁵ Chalmers, D. (1991). *And the Crooked Places Made Straight Baltimore: The Johns Hopkins University Press*,

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

leurs devoirs, être l'épouse idéale, faire la vaisselle, tout en restant élégante : c'est à cela que ressemblait la journée de la plupart des femmes blanches de classe moyenne des années 1950. Le phénomène national du *Baby Boom* est souvent expliqué comme réponse à la fin de la Seconde Guerre Mondiale et à la prospérité qui caractérisait les Etats-Unis pendant cette période. Toutefois, les mêmes conditions s'étaient déjà reproduites pendant les années 1920 et 1930 lors de la première vague d'idéalisation de la famille et des valeurs nationales. Les circonstances étaient donc similaires, mais la réaction était différente : Qu'est-ce que justifiait donc cette explosion des mariages et des naissances pendant les années 1950 ? Pourquoi ce retour triomphant des rôles traditionnels des hommes et des femmes au sein de la famille ?

Cette explosion démographique était un changement dans les normes sociales des dernières décennies. Ces jeunes parents avaient grandi pendant la dépression et les années de guerre ; leurs enfants en contrepartie, grandissaient dans une société d'affluence et de prospérité et arrivaient à leur âge adulte pendant les années 1960 et 1970. Cette génération créera la culture féministe et développera le mouvement féministe. C'était une génération contestataire, qui rejetait les stéréotypes des années 1950 et qui inversait la courbe grandissante des naissances et augmentait le nombre des divorces parmi les jeunes couples.

Il semble essentiel de comprendre que, contre les menaces et dangers de la Guerre Froide, la famille et la stabilité étaient considérées comme la seule solution pour que le pays maintienne son unité et son hégémonie sur l'Union Soviétique. Cette idéologie et les politiques menées par le gouvernement apportaient de grands changements à la société américaine, des changements beaucoup plus profonds que le mariage et le *baby-boom*: ils masquaient les différences sociales et raciales, les classes supérieures étaient constamment considérées comme le modèle à suivre et ce modèle était accessible uniquement, ou presque, aux blancs. Les noirs étaient exclus des nouvelles banlieues et de la société d'abondance, les privilèges sociaux, culturels et économiques étaient l'exclusivité des blancs, même si certaines familles noires avaient les conditions financières nécessaires.

Il est incontestable que les femmes ont souffert d'une immense pression pour retourner à leur rôle traditionnel de mères et femmes au foyer, qui se consacraient entièrement à leurs enfants et qui dépendaient totalement de leurs maris, pendant cette période de glorification de la

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

famille. Pour éviter tout changement du rôle féminin, les efforts officiels se concentraient sur la nécessité d'inciter les femmes à se soumettre aux volontés de leurs maris- qui avaient déjà tellement donné pour le pays pendant la guerre - et de reprendre leur place dans la société, une place limitée à la sphère familiale.

« Les anciens combattants qui rentraient au pays pour reconstruire leurs vies avaient besoin de stabilité et de tranquillité. Pour cela, leur masculinité devrait être en même temps attendrie et valorisée. Le consensus populaire de l'époque défendait donc le retour des femmes à la maison et la valorisation des rôles traditionnels des hommes et des femmes au sein de la famille »⁴⁶

La société a dû établir l'idée que la prospérité, la liberté et le futur étaient les principes essentiels de ce nouveau mode de vie et que les temps durs de la guerre étaient finis. Renforcer les valeurs familiales était le moyen le plus fiable de diffuser le *American Way of Life* dans la société de l'après-guerre. Dans son étude, *American Women in the 1950's : Mothers and More*, E. Kaledin analyse l'importance de la contribution des femmes à la société de l'époque. Elle prouve que notre compréhension historique des années 1950 devrait également inclure le rôle joué par les femmes dans l'évolution de la culture américaine.

« J'essaye de comprendre les diverses manières que certaines femmes trouvaient pour arriver à jouer un rôle beaucoup plus important dans la société, mais à leur propre manière. Je crois vraiment que les contributions des femmes aux années 1950 étaient beaucoup plus importantes que ce que nous croyons aujourd'hui »⁴⁷

Toujours selon Kaledin, nous ne devrions plus penser aux femmes des années 1950 seulement comme «épouses » ou « mères » ; nous devrions également regarder leur participation dans d'autres environnements que celui de la vie familiale. Un grand nombre d'entre elles étaient volontaires dans des bibliothèques de quartiers défavorisés, dans des actions pour faire prendre conscience à la population du danger des bombes nucléaires, pour organiser des visites aux musées, même dans la lutte antiségrégationniste et dans le *Civil Rights Movement*. Au moment où la culture et la société américaines construisaient l'idéal de la « femme

⁴⁶ Harvey, B. (2002). *The Fifties : A Women's Oral History*. Lincoln, NE : ASJA Press.

⁴⁷ Kaledin, E. (1984). *American Women in the 1950's: Mothers and More*. Boston : Twayne Publishers.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

parfaite », ces femmes n'étaient pas complètement satisfaites de leurs sorts. Dans le travail volontaire elles essaient de trouver une manière de remplir un vide existentiel que la limitation à leur rôle de *perfect housewife* ne pourrait pas remplir.

Il semble fondamental de bien comprendre que les femmes étaient non seulement responsables du bien-être de la famille et de l'organisation domestique; mais leur contribution à la société de l'après-guerre allait au-delà des limites de la maison. Les femmes alors devaient non seulement être vues comme femmes au foyer et mères parfaites, mais également en tant qu'individus actifs qui jouaient un rôle essentiel dans la construction de la vie culturelle et de l'activisme social des années 1950. La devise du magazine féminin *Ladies' Home Journal's* pendant la décennie disait « ne sous-estimez jamais la puissance d'une femme », une devise qui montrait clairement comment les femmes voulaient être considérées, en tant que partie active de la société, et pas seulement comme mères ou femmes au foyer.

Dans une période où l'accès au pouvoir et à la reconnaissance était strictement réservé aux hommes, quelques femmes ont su briser les barrières et montrer qu'elles aussi avaient une place en dehors de la maison. Par ces femmes extraordinaires, la société américaine des années 1950 pouvait comprendre que la vie familiale ne pouvait pas combler entièrement les ambitions des « femmes au foyer ». Rosa Parks ne s'est pas seulement battue pour une place dans un bus en 1955 quand elle a refusé de céder son siège à un blanc, mais elle a également attiré l'attention vers le mouvement des droits civiques des noirs et vers son meneur Martin Luther King Jr ; des femmes politiciennes, comme les sénatrices Margaret Chase Smith et Lillian Hellman, ont lutté contre le *McCarthyism* et ses menaces envers la vie privée de centaines d'Américains au nom du combat contre le communisme ; des artistes comme Judy Holliday, Katherine Hepburn et Lauren Bacall ont refusé de coopérer à la définition d'une liste des artistes « non-fréquentables ». Un groupe de femmes, critiques sociales et culturelles, était très actif pendant la décennie: Betty Friedan et Jane Jacob publiaient des livres qui réveillaient les femmes de leur conformisme; Eleanor Roosevelt continuait à être une journaliste engagée et combative; Margaret Mead montrait aux Américains comment les femmes étaient respectées et admirées dans d'autres sociétés; et des écrivains comme Harriette Arnow, Kay Boyle et Tillie Olsen incitaient leurs lecteurs à repenser les valeurs de

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'époque et montraient que la production culturelle des années 1950 ne se résumait pas qu'à des livres de recettes, des conseils de beauté et des astuces pour la maison.

Toutes ces femmes montraient que l'acceptation et la sublimation de leur féminité pouvait être une force positive et intégrante de l'imaginaire social et culturel du pays et que leur rôle de « mères » et « femmes au foyer » pouvait coexister avec leurs ambitions professionnelles : la romancière Shirley Jackson écrivait sur la dure réalité des mères, mais aussi sur les merveilles de la maternité; même la mélancolique écrivain Sylvia Plath a délaissé ses œuvres sombres pour quelques histoires touchantes sur son amour envers son fils Nick. La présence féminine était également ressentie dans d'autres domaines, comme l'art, la photographie, la musique (Billie Holiday et Ella Fitzgerald par exemple), la danse, le cinéma (Shirley MacLaine, Audrey Hepburn, Ava Gardner, Marilyn Monroe, Grace Kelly...) et la télévision avec Imogene Coca, Arlene Francis, Nanette Fabray, Audrey Meadows et Lucille Ball entre autres.

Les femmes cherchaient leur place dans une société menée par les hommes, beaucoup d'entre elles ont trouvé comment briser les stéréotypes et redéfinissaient les barrières imposées aux femmes. Malgré tous les efforts du gouvernement pour leur retour à la maison, un très grand nombre de femmes trouvaient dans le travail (par option ou par nécessité) une façon de combler leurs ambitions, puisque leur rôle de « femmes au foyer » ne leur suffisait plus. William Chafe démontre que la famille était la priorité des femmes, mais pas leur seul intérêt :

« A la fin des années 1950 les femmes qui travaillaient étaient le double qu'en 1940 et 40% des jeunes filles de plus de seize ans avaient un emploi. L'embauche des femmes augmentait quatre fois plus rapidement que celle des hommes. L'âge moyen de ces femmes était de 41 ans –quand les enfants atteignaient l'âge scolaire- et la proportion de femmes mariées qui travaillaient a doublé de 15% en 1940 à 30% en 1960. »⁴⁸

Même si les emplois attribués aux femmes étaient dans leur majorité à temps partiel, ces femmes au foyer défiaient l'idéalisation de la « femme parfaite » et avaient un rôle beaucoup plus actif dans la société que simplement mères et épouses. La présence féminine était ressenties dans 446 professions listées dans le recensement de 1955 mais très peu d'entre elles

⁴⁸ Chafe, W. H. (2007). *A History of Our Time : Readings on Postwar America*. NY : Oxford University Press, p.152.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

occupaient un poste d'importance, elles faisaient le travail que les hommes ne souhaitaient pas faire ou occupaient les professions normalement dites « féminines ». Les femmes étaient considérées comme tolérantes, méticuleuses et calmes. Avoir une femme dans le bureau rendait le travail plus agréable et facile. L'idée que les femmes n'étaient pas fiables à cause de leurs «congés maternité permanents » s'effaçait de plus en plus, mais leurs salaires restaient de deux à trois fois inférieurs à ceux des hommes.

Une des principales expériences vécues par ces femmes qui travaillaient en dehors de la maison était leur nouvelle estime de soi. En plus, leurs salaires permettaient à leurs enfants de participer à des activités extrascolaires, comme les cours de danse ou de sport, ou partir en colonie de vacances et à leur famille de profiter des nouvelles technologies, comme la télévision et la voiture. Un revenu en plus pour les familles, souvent nombreuses, était plus qu'un caprice féminin, mais une aubaine, voire une nécessité.

« J'avais un emploi merveilleux ! Je travaillais pour une grande agence de mannequins à Manhattan. (...) Je prenais le métro jusqu'à l'avenue n°57 où se trouvent nos bureaux. La première fois que je me suis rendue dans ce quartier c'était comme découvrir un nouveau monde : les magasins étaient magnifiques, il y avait *Bergdorf's*, *Bendel's*, *Bonwit's*, *DePinna*. Les femmes portaient des chapeaux et des gants en soie. Une autre réalité. A la maison je faisais à manger, je nettoyait et prenais soin des enfants. Mais quand j'étais au travail, tout était différent, j'étais différente. (...) Même quand je ne travaillais pas, mes journées n'étaient pas aussi ennuyeuses car j'avais une échappatoire les autres jours. J'avais quelque chose à espérer. »⁴⁹

Par ailleurs, un des plus grands sujets de débats de l'époque était les conséquences du travail féminin sur les enfants. En 1956 dans un article pour le journal *New York Times*⁵⁰, Margaret Mead réaffirmait l'idée controversée que les enfants des femmes qui travaillaient, étaient plus autonomes, indépendants et préparés à la vie. Les débats autour de cette thématique étaient aussi nombreux car le profil des femmes salariées avait changé depuis la Deuxième Guerre Mondiale : avant 1939 la majorité des femmes qui travaillaient, étaient jeunes et célibataires, depuis 1945 elles étaient mariées et avaient plusieurs enfants.

⁴⁹ Op.cit. 40. p. 135.

⁵⁰ Mead, M. *New York Times*, 7 Décembre 1956.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Si les femmes blanches et de classes supérieures travaillaient par choix ou pour payer des superflues pour leurs familles, les femmes noires et de classes ouvrières travaillaient par nécessité. En réalité, en 1950 57% des femmes noires travaillaient en dehors de la maison, tandis que chez les femmes blanches le pourcentage était seulement de 37% : en général les femmes noires travaillaient comme domestiques ou dans des emplois inférieurs.

Même si la majorité des femmes a répondu à la campagne nationale pour le retour à la maison, beaucoup d'entre elles continuaient à travailler. Néanmoins, ces femmes ont redirigé leurs actions vers d'autres domaines, vers ce qui était considéré comme des « travaux de femme » : professeures, infirmières, secrétaires, vendeuses, bibliothécaires et les fonctions pastorales (la religion dominante était le protestantisme). Même si les femmes étaient de plus en plus impliquées et présentes dans le monde du travail, même si beaucoup d'entre elles prouvaient que les femmes étaient aussi capables d'accomplissements étonnants et incitaient à une transformation culturelle et sociale. La féminité était encore considérée comme un concept qui permettrait à l'Amérique d'établir le stéréotype de la « famille parfaite ».

Même avec ces changements dans le rôle des femmes, les Américains ne considéraient pas les positions et les responsabilités qui leur ont été attribuées comme importantes et donc, cette participation féminine dans le monde du travail n'a pas été reconnue comme une véritable évolution. Par conséquent, les efforts pour le retour de la « femme au foyer parfaite » étaient constamment présents dans la vie quotidienne des familles. Magazines, télévisions, séries, publicités et émissions de radio étaient les moyens les plus rapides pour diffuser l'image de la « femme parfaite ».

C'était comme si la société refusait de voir la nécessité pour les femmes de modifier leur rôle social et culturel et le début des changements dans leurs vies. Comme si toute une nation vivait dans l'illusion selon laquelle les femmes avaient les mêmes nécessités et ambitions que lors des décennies passées, entièrement comblées par leur vie familiale.

L'accent sur la masculinité traditionnelle pouvait être attribué en partie à la crainte que l'augmentation des loisirs inciterait les Américains à devenir apathiques, peut-être même à perdre leur esprit de compétition et leur volonté de résister au communisme. Une autre

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

explication pouvait provenir de la perte du sens d'accomplissement et de la maîtrise dans le milieu de travail, ce que n'amélioraient pas les relations complexes qui liaient les individus dans une société basée sur l'image. L'effort constant pour maintenir le contrôle traditionnellement attribué aux hommes a fait des années 1950 une période où le « masculin » devrait être continûment réaffirmé.

1.1.3. Une nouvelle manière de vivre

La période d'après-guerre a également vu l'émergence de la culture populaire la plus homogène que les Américains avaient jamais connue, dans la mesure où la guerre froide renforçait la tendance à la consolidation du patriotisme et du sentiment d'unité. Cette homogénéité générait également des changements démographiques : dans la production industrielle, qui devenait de plus en plus centralisée et dans les images et les objets de la culture populaire, traduits par une diffusion beaucoup plus efficace de cette culture populaire par les médias. Une mesure qui favorisait cette homogénéité sociale et culturelle était la baisse de la concurrence des cultures ethniques. Pendant la guerre, l'immigration sans restriction était juste un souvenir pour toute une génération : entre 1940 et 1960, le nombre d'étrangers a baissé de 8,8% à 5,4% et le pourcentage d'Américains aux origines étrangères a également baissé, de 17% à 13,5%. Une baisse des diffuseurs de la culture ethnique, comme les journaux en langues étrangères, les théâtres, les organisations musicales et les événements culturels reflétait ces changements démographiques. Les médias reflétaient cette cohésion culturelle à travers des émissions de plus en plus regardées et copiées, les Américains de la classe moyenne devenaient chaque jour plus identiques.

Une autre manière de renforcer l'homogénéité culturelle était la suppression des spécificités régionales : les vêtements et les loisirs étaient les mêmes dans tout le pays. Les vêtements de travail étaient de plus en plus semblables, le jeans devenait la tenue caractéristique de la jeunesse et la différenciation sociale par le vêtement était désormais presque impossible. Par ailleurs, l'homogénéité était un des principes de la « prospérité sans classe sociale », avec la réglementation des salaires et des vacances payées, les salariés pouvaient espérer avoir presque le même niveau de vie que les cadres : la cohésion sociale et culturelle était à son

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

maximum. Russell Lynes⁵¹ décrit comment des enseignes de la grande distribution comme *Sears* et *Roebuck* lançaient un catalogue national unique car les goûts et nécessités en meubles et habillement étaient devenus identiques dans tout le pays. Un « kit classe moyenne » a même été élaboré par ces magasins, un kit modèle qui contenait les mêmes produits d'alimentation, d'habillement, de décoration et d'aménagement de la maison et qui faisait fureur parmi les familles des nouvelles banlieues. Ces banlieues étaient construites, organisées et aménagées de la même façon, l'architecture « pop » dominait les paysages du nord au sud des Etats-Unis ; les couleurs vives et les formes excentriques inspiraient aussi les magasins et les nouveaux établissements commerciaux qui se développaient de plus en plus.

Puisque le développement suburbain était l'une des réponses du gouvernement à la crise du logement, la plupart des résidences étaient presque identiques, la structure de ces nouveaux quartiers était semblable et on vivait dans des maisons presque identiques dans tout le pays. Le vrai objectif du gouvernement était d'encourager l'expansion en dehors des limites des grandes villes et de favoriser un modèle de famille basé sur le style de vie suburbain. Les architectes condamnaient ces maisons uniformes construites de la même manière, les philosophes sociales critiquaient cette homogénéité de genre, d'âge et de classe sociale et ont prévu la fin de l'individualité et de la diversité. Mais les jeunes couples n'étaient pas soucieux, ils étaient heureux d'enfin pouvoir donner à leurs familles une maison confortable dans une communauté prospère et agréable. Le plus grand constructeur des maisons était William Levitt, le créateur des banlieues appelées *Levittowns*, qui ont vu leur jour originellement à New York, puis New Jersey et peu de temps après dominaient les paysages du pays entier.

Ces banlieues étaient toutes construites de la même façon, avec la même organisation et le même plan : les maisons étaient à côté l'une de l'autre, de manière à former un quartier bien renfermé et limité. Levitt a développé la construction *express* et les familles pouvaient déménager en quelques semaines au lieu des mois habituels nécessaires pour bâtir une maison « traditionnelle »; le paiement était planifié en plusieurs années (30 ans) et les mensualités pouvaient descendre jusqu'à 58 dollars par famille.

⁵¹ Lynes, R. (1983). *Highbrow, Lowbrow, Middlebrow, Now: An Interview with Russell Lynes*. NY : American Heritage Publishing Co

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Pendant sa recherche pour des témoignages oraux au sujet du style de vie dans les Etats-Unis des années 1950, B. Harvey décrit le sentiment des femmes sur finalement être capable de donner une belle maison à leurs familles :

« La maison était entourée par la boue. Mais j'étais ravie, c'était tellement merveilleux d'avoir notre propre maison. Et tout ce que j'avais toujours rêvé était la, tout fonctionnait parfaitement: il y avait un double évier tout neuf, des cabines de douche, un four électrique, un lave-linge et un sèche-linge. La seule chose qu'on a du acheter était la lampe de la cuisine et l'installation électrique était déjà prête! »⁵²

L'inspiration venait aussi des émissions télévisées, la télévision était présente dans 46 millions de maisons⁵³ à la fin des années 1950, jamais la culture de masse n'était aussi rapidement diffusée qu'avec la télévision. Cela suscitait l'inquiétude des intellectuels car, selon eux, la culture populaire était trop homogénéisée et nivelée par le bas : les séries, les émissions de divertissement, les publicités et les constantes diffusions des événements sportifs étaient un danger pour la capacité intellectuelle des Américains. La télévision était le meilleur moyen pour unifier la population : les images, slogans, marques et les idéologies projetées créaient un langage et une culture populaire très spécifique et homogène. En réponse à ces critiques, les fabricants de télévisions annonçaient leur produit comme un moyen de rassembler la famille, d'inciter au dialogue et de garder les enfants à la maison.

Un élément très présent dans la culture télévisée était l'expansion de la « culture californienne ». Même avant les années de guerre la Californie était déjà considérée comme symbole de l'*American Way of Life*, basé sur la prospérité et la gaieté. Les médias promouvaient la « culture californienne » comme une culture moderne, changeante, dynamique et très démocratique, elle incarnait ce mode vie que la société américaine rêvait autant. L'élément central de cette nouvelle culture était la « maison californienne » : une maison de plein-pied, de grandes baies vitrés, un grand salon avec télévision, une cuisine ouverte vers la salle à manger –qui n'isolait pas la femme de sa famille et de ses invités- et des chambres pour tous les enfants. Ce modèle de maison était devenue le symbole de toute

⁵² De Bonville, J. (2000). *L'analyse de contenu des médias : de la problématique au traitement statistique*. Paris : De Boeck Supérieur, P.113.

⁵³ Ibid 52. p.158.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

une classe sociale –et raciale également, la classe moyenne blanche- et représentait l'extrême homogénéité de cette société.

Comme les maisons, les habitants de ces nouvelles banlieues se ressemblaient entre eux, tous cherchaient le statut et les conditions de vie de la classe moyenne. L'uniformisation des produits, des voitures, des jardins était juste la partie la plus visible de la standardisation qui définissait ce nouvel *American Way of Life*. Les femmes portaient des vêtements semblables, avaient la même coiffure, utilisaient les mêmes appareils domestiques, lisaient les mêmes livres, les familles partaient vers les mêmes destinations, les enfants avaient les mêmes jouets et les hommes fumaient les mêmes cigarettes.

Ce sentiment de soulagement et d'euphorie touchait presque tous les Etats-Unis : la population avait du travail, le pouvoir d'achat se développait et la consommation de nouveaux produits augmentait de plus en plus. Le catalyseur entre le désir de consommation de la population et la nécessité du pays de stimuler sa production industrielle était le secteur de la publicité. « L'avenir » et « le futur » étaient des mots magiques qui étaient présents dans des publicités de tout genre : du tissu aux voitures.

« Les Américains adoraient les «nouveaux» tissus faciles à nettoyer et sans plis portant des noms comme *Enkalure*, *Celanese* et *Avcoset*. L'industrie avait réaménagé ses usines pour produire des automobiles plus grandes et plus brillantes que jamais, présentées comme «construite avec la technologie des fusées». Pour la première fois, des annonces de voitures visaient la femme de la famille, louant des intérieurs aussi élégants et colorés que votre propre maison. (...) La climatisation, les aliments surgelés et des draps de luxe faisaient partie de la profusion de produits mis sur le marché après la guerre et qui permettaient de gagner du temps et d'améliorent la vie des familles. »⁵⁴

Sur la société américaine de l'après-guerre, l'historien William Chafe affirme dans son ouvrage *History of Our Time: Readings on Postwar America* :

⁵⁴ Op.cit. 15, 16. p. 110.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Rarement une société a expérimenté un changement aussi rapide et spectaculaire que celui qui a eu lieu en Amérique après 1945 (...) en dépit de représentations de stabilité et de calme, les années 1950 étaient davantage une période de transition que de solidité. »⁵⁵

La période était effectivement caractérisée par la transition d'une société de production vers une société de consommation, par la constante augmentation du pouvoir d'achat, le développement des banlieues et la domination d'une culture faite pour et par les jeunes. Plusieurs définitions pour la société des années 1950 ont été lancées, que ce soit les termes « post-industriel », « post-capitalisme » ou « post-moderne », les Etats-Unis de l'après-guerre sont définis de manière unanime comme une culture de changements. Une culture qui a consolidé des éléments centraux pour la société contemporaine ; ce qui semblait être remarquable à l'époque, aujourd'hui fait partie de notre quotidien : les publicités, la consommation en masse, les médias, la technologie d'information, les véhicules, l'éducation, la mobilité et la mode sont actuellement des éléments essentielles de la culture mondiale.

Même si certains spécialistes de l'économie et sociale de l'époque doutaient et critiquaient fortement les changements apportés par ce nouveau mode de vie, la majorité d'entre eux célébrait le fait que la société américaine était la plus riche et la plus développée de l'après-guerre. Une société qui procurait et qui valorisait ce qui était considéré comme la « bonne vie » : une maison équipée de toutes les innovations technologiques, une ou deux voitures, un poste prestigieux pour le mari, des enfants heureux et une femme qui se consacrait à sa famille et à sa maison.

« Les loisirs et les biens de consommation constituaient ses pièces maîtresses; l'abondance était son contexte. La peau blanche était un critère essentielle pour son accomplissement. »⁵⁶

Cette croissance frénétique donnait le sentiment de prospérité qui a autant caractérisé les années 1950. Tout cela était possible grâce à l'extraordinaire expansion économique que le pays a vécu pendant et après la Seconde Guerre Mondiale. Les statistiques de la période qui a succédé la guerre étaient remarquables : les maisons et les nouveaux appareils ménagers, les

⁵⁵ Chafe, W. H. (2007). *A History of Our Time: Readings on Postwar America*. NY : Oxford University Press. p. 111.

⁵⁶ Breines, W. (1992). *White and Miserable: Growing Up Female in the Fifties*. Boston : Beacon Press. p. 2.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

véhicules, les télévisions, les aliments en conserve, les cosmétiques, les vêtements et beaucoup d'autres produits étaient en pleine expansion ; de plus en plus de supermarchés, d'autoroutes et de parkings apparaissaient dans tout le pays.

«Pour donner une idée de l'ampleur de la croissance économique: le produit national brut a bondi de 250% entre 1945 et 1960. En 1960, le revenu par habitant était 35% plus élevé qu'en 1945, une année florissante. Entre 1947 et 1960, le revenu réel moyen des travailleurs américains a augmenté autant que durant le demi-siècle précédent. Le crédit à court terme a monté en flèche. De 1945 à 1960, le crédit d'acompte provisionnel est passé de 4 milliards à 43 milliards de dollars. L'encours total des crédits à la consommation est passé de 8,3 milliards de dollars en 1946 à 56,1 milliards de dollars en 1960. À la fin de la décennie, 60% des Américains possédaient leur propre maison, 75% des familles américaines possédaient une voiture, 87%, un téléviseur et 75% possédaient une machine à laver. »⁵⁷

C'était le *G.I. Bill* –mesure prise par le *Veterans Administration* qui garantissait des prêts à taux avantageux aux anciens combattants de la guerre- qui a engendré cette incroyable vague de familles blanches qui quittaient les grandes villes pour s'installer dans les banlieues. Les nouvelles routes (plus de 64.000 kilomètres de routes ont été construits entre 1945 et 1956) et les prix très abordables des voitures ont également facilité cet exode de tant de familles vers les nouvelles banlieues. Le *G.I. Bill* a aussi permis aux anciens soldats de devenir propriétaires, ce que stimulait encore plus l'industrie de la construction, et de reprendre des études. Cette nouvelle organisation de la société américaine était structurée de manière à inciter le phénomène du *Baby Boom*, qui a effectivement fait des années 1950 une décennie singulière : comme résultat, 24.3 millions d'enfants entre 5 et 14 ans vivaient aux Etats-Unis dans les années 1950, ce chiffre s'élève à 35.5 millions dans les années 1960.

La migration qui inondait les banlieues était due essentiellement aux élites professionnelles et technologiques qui voyaient leurs revenus progresser de façon impressionnante après 1945. L'idée d'une société égalitaire, sans classe sociale était l'idéal recherché.

Les opportunités de travail se multipliaient puisque les entreprises étaient en pleine expansion, les nouvelles technologies produisaient de plus en plus de produits et ont transformé l'économie nationale. Une grande partie de la population avait plus de sécurité et de confort

⁵⁷ Op.cit. 21. p. 3.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

que la génération précédente. Cette branche favorisée de la société – presque majoritairement composée par des blancs de la classe moyenne ou supérieure- avait accès aux biens de consommation, aux nouvelles technologies, aux loisirs et surtout, à l'éducation.

Paradoxalement, la période du gouvernement d'Eisenhower (1953-1961) était marquée par une grande anxiété et une paranoïa à propos de possibles menaces communistes. Même avec la création de millions d'emplois et le développement de la stabilité et de la sécurité, le président était loin de respecter les valeurs fondamentales de liberté et du respect de la vie privé des Américains. Le développement des nouvelles technologies comme la télévision, l'avion, la radio et l'automobiles réduisait le sentiment d'isolation et incitait de plus en plus à la recherche pour de nouvelles informations sur cette possible « menace rouge ». Pour rassurer la population et renforcer les principes fondamentaux de l'American *Way of Life*- démocratie, liberté, famille, progrès et travail- il était essentiel de valider et consolider ce nouveau modèle social.

Cependant, la majorité des Américains se concentraient sur leurs nouvelles maisons, sur les nouvelles opportunités de travail et sur la façon d'intégrer leurs familles dans la nouvelle société de consommation. Le futur était à construire, la sécurité et la stabilité étaient les préoccupations majeures des familles.

L'optimisme définissait la période de 1945 à 1960, le pays vivait ses *golden days*. Malgré l'Holocauste, la menace de la bombe atomique et *le McCarthyism*– la politique menée par le sénateur McCarthy et qui chassait les possibles communistes du pays- les Américains se sentaient en sécurité, leur nouvelle vie fondée sur la prospérité et les biens matériels était leur principale intérêt. Les privilèges de cette jeunesse blanche et riche ont produit une génération très optimiste sur le futur et sur ses capacités. Ces jeunes (blancs et de classe moyenne) ont contribué à la construction d'une culture spécifique aux années de l'après-guerre : une culture basée sur les émissions télévisées et les magazines comme *Life* et *Seventeen*. Ellen Maslow, une jeune femme de l'époque, décrit le sentiment de toute une génération dans ses mémoires :

« En effet, j'étais une fille privilégiée qui épouserait un homme privilégié et aurait plusieurs enfants privilégiés. C'était mon destin. La vie allait être confortable et enrichissante... On

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

supposait que j'allais dans l'un des meilleures universités et excellais dans le domaine de mon choix. Je n'étais pas destiné à être comme les autres. »⁵⁸

Certains historiens et critiques des années 1950 exposaient un autre côté de la culture américaine de l'après-guerre, la face cachée d'une société pleine d'inquiétudes et d'anxiétés. Plutôt qu'une culture rassurante basée sur les valeurs familiales, ces spécialistes révélaient une seconde représentation de la décennie, une représentation beaucoup plus obscure que cela de la société prospère fondée sur une classe moyenne blanche et aisée. Le vrai visage de la société construite sur les fondements de l'*American Way of Life* serait celui d'une population aliénée, désorientée, indifférente et mécontente. La juxtaposition entre la confiance en soi et l'hystérie était habituelle. Selon W. Chafe :

«Les années 1950 et 1960 sont généralement considérées comme une époque unique dans l'histoire américaine. Dans nos stéréotypes des décennies, les années cinquante sont l'ère de la conformité, de la richesse complaisante, du temps où le peuple américain se détournait des défis du monde, s'installait dans les banlieues, achetait des réfrigérateurs, des téléviseurs et des très grandes voitures. »⁵⁹

Les Américains de l'après-guerre recherchaient un réconfort pour toutes ces angoisses et frustrations. La religion et la psychologie populaire se sont énormément développées pendant la période, les pratiques religieuses captivaient 63% de la population au début des années 1950. Dans l'atmosphère de la guerre froide, qui combattait le communisme athée, les religions se mélangeaient avec le patriotisme. Cette dévotion religieuse était accompagnée d'un fort développement de la psychologie, même si les décennies d'avant-guerre avaient déjà connu une vulgarisation considérable des concepts de la psychologie et de la psychiatrie, en particulier parmi les personnes aisées. La seconde guerre mondiale a augmenté la conscience populaire de la psychologie appliquée et de ses contributions à l'amélioration de soi. La familiarité avec quelques termes psychologiques, comme névrose, complexe d'infériorité, schizophrénie et déséquilibre, était déjà très répandue mais dans les années d'après-guerre la psychologie est devenue une manie populaire. Les magazines répondaient à une soif d'auto-

⁵⁸ Maslow, E. (1971). *Storybook Lives: Growing Up Middle Class. Liberation Now*. NY : Dell Publishing. p. 172.

⁵⁹ Op. cit. 20. p. 57.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

analyse avec des quiz, des manuels et des avis psychologiques. Un exemple de cela était le magazine *Reader's Digest*, où une parution typique contenait toujours au moins deux articles sur «quelle est votre personnalité ?» ou «pensez-vous comme un homme ou comme une femme ? ». Dans son article *Visions of Classlessness, Quests for Dominion*, Roland Marchand affirme que :

«L'engouement pour l'explication psychologique ne reflétait pas une acceptation sans équivoque des techniques psychologiques. Certes, les psychologues étaient très sollicités pour fournir des explications sur la délinquance juvénile, la musique rock 'n' roll, les problèmes de couples, les compétences personnelles et la pression de l'éducation supérieure. Mais la fréquence à laquelle la psychologie et la psychanalyse ont servi de sujet à l'humour témoigne d'une profonde ambivalence à propos des contributions de la psychologie. Bien que la psychologie ait promis une sorte de contrôle, une occasion de remodeler sa personnalité ou d'obtenir une forme de domination en comprenant et en manipulant les autres, elle a également fait craindre de devenir l'objet plus que l'agent de manipulation. »⁶⁰

Cependant, cette quête pour un moyen d'apaisement devant toutes les anxiétés et doutes sociaux ne s'appuyait pas que sur la religion et la psychologie. Il est vrai que certains facteurs qui caractérisaient la société avaient la capacité de reconforter la population dans leur recherche pour des repères sociaux et culturels: la télévision et ses influences sur la culture populaire, la répétition des images et la valorisation de la famille par les publicités, «l'architecture pop» et les grandes chaînes d'enseignes commerciales. Parallèlement, les tendances de la culture populaire, des centres commerciaux, à la création de «mondes de divertissement» comme *Disneyland*, contribuaient à renforcer le développement de l'uniformité sociale en proposant du soulagement en face de la prise de responsabilité imposée par l'individualisme. La nouvelle génération cherchait les différents moyens pour échapper à cette homogénéité, dont leur attirance pour la diversité et la rébellion.

⁶⁰ Marchand, Roland. «Visions of Classlessness, Quests for Dominion» dans Chafe, William H. *'A History of Our Time : Readings on Postwar America'*. 2007. Oxford University Press, NY. 60-78.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

1.1.4. Une génération qui a tout changé

Dans son ouvrage *The Final Frontier: The Rise and the Fall of the Rocket State*, Dale Carter observe le contraste entre le développement d'un puissant Etat de Sécurité Nationale et sa passivité envers le caractère jovial qui dominait de plus en plus la culture américaine. L'anxiété qui caractérisait cette génération était fortement ressentie dans plusieurs domaines de la vie des jeunes : le sexe, les questions concernant les différents rôles accordés aux hommes et aux femmes, et avant tout, la vision idyllique de la famille et de l'avenir, constituaient une source d'éternelle inquiétude.

« La nature de la vie familiale, en particulier dans les banlieues, était bien plus compliquée et plus tendue que ne le voudraient les stéréotypes des années 1950. »⁶¹

La société considérait le sexe légitime uniquement dans le cadre du mariage, les autres formes de sexualité étaient honteuses, remplies de peur et de répression. Les femmes étaient soumises à des règles très strictes au sujet de leur vie sexuelle, les jeunes femmes subissaient une forte pression pour ne pas avoir de relations sexuelles avant le mariage. Le sexe était un sujet qui les intéressait énormément mais, en même temps, était la source de beaucoup de culpabilité, d'anxiété et de peur. Cet accent sur le sexe et les dangers des relations sexuelles a contribué au développement de nouveaux stéréotypes qui définissaient ce qui était considéré comme « normal » et « anormal » dans une culture où le modèle sexuel était en constante transformation.

Les parents étaient obsédés par la peur de la sexualité, cependant la délinquance était une des principales hantises des Américains. La préoccupation d'avoir des enfants bien élevés et bien équilibrés était présente dans toutes les discussions : les hommes étaient considérés comme trop absents et distants de leurs enfants et les femmes se culpabilisaient pour être trop dominatrices et trop impliquées dans les vies des enfants, ce qui pouvait pousser les garçons à devenir trop féminisés et les filles trop dépendantes. La culture populaire voyait la

⁶¹ Chafe, W. H. (2003). *The Unfinished Journey : America Since World War II*. NY : Oxford University Press p.128.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

délinquance, l'homosexualité et les mères dominatrices comme des menaces contre l'*American Way of Life*, des menaces liées au communisme et à l'autoritarisme.

Cette division sociale et culturelle fondée sur l'âge était l'un des facteurs les plus surprenants de la société américaine de l'époque. En effet, cette fissure qui avait déclenché le développement de la délinquance juvénile ainsi que l'augmentation des revenus et du temps libre entre les jeunes, faisait de l'adolescence, beaucoup plus qu'une simple phase de la vie, un véritable phénomène social. En 1954 le psychologue Robert Linder a affirmé que :

«Notre jeunesse n'est plus en rébellion, mais en mutinerie active et hostile. Dans un changement profond et terrifiant (...) La jeunesse du monde d'aujourd'hui est touchée par la folie, littéralement malade d'une condition d'esprit aberrante. »⁶²

Les tentatives des médias d'explorer les aspects rebelles de la culture adolescente créaient de nouvelles fissures dans la culture populaire. Dans le film *Rebel Without a Cause* (1955) l'intrigue et les dialogues sont un manuel virtuel de la psychologie populaire. Le lieutenant de police est un psychologue amateur, la mère du héros, une femme castratrice, le père, un raté à cause de ses complexes, l'ami, un névrosé autodestructeur, abandonné par ses parents, et le père de l'héroïne n'acceptait pas la sexualité de sa fille. *Rebel Without a Cause* était une leçon aux parents: soyez attentif et compréhensif ou voilà ce qui arrivera à vos enfants. Le portrait de l'adolescent rebelle personnifié par James Dean était repris par la jeunesse comme la représentation de toute une génération mais aussi comme le symbole d'une société rassasiée et sans intérêt pour les critiques sociales de l'époque.

L'évolution de la musique populaire révélait également cette rupture causée par les conflits entre les générations. Avant les années 1950 les producteurs de musique méconnaissaient cette différenciation entre les âges, les chansons visaient un public de tout âge. Pendant la décennie, grâce au développement des disques 45 tours (moins coûteux, plus résistant et faciles à transporter) et à la transformation de la radio, la consommation et les préférences musicales des jeunes étaient une de principales valeurs de cette nouvelle culture populaire. La radio et la télévision donnaient aux adolescents une nouvelle manière de s'exprimer et de se

⁶² Oakley, R. J. (1986). *God's Country : America in The Fifties*. NY : W.W. Norton, p. 270.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

faire entendre, ces deux grands moyens de transformation sociale déterminaient cette diversification de la culture populaire.

Au début des années 1950 certains ingrédients du *rock 'n' roll* étaient déjà en développement. La migration des noirs du sud du pays vers les régions plus peuplées du nord avait familiarisé la population avec les différents styles de la musique black, des éléments de ces divers rythmes commençaient à apparaître dans les chansons dites “pop”. En même temps, avec la mode de grands groupes musicaux, certains chanteurs commençaient à être connus individuellement, c'était le cas de Frank Sinatra et des chanteurs country Roy Acuff et Hank Williams. Contre une prospérité apathique et une société homogénéisée, la nouvelle génération cherchait une façon de s'exprimer et de casser les codes, tellement rigides et fastidieux.

« C'est en 1953 que Alan Freed, DJ de Cleveland, intrigué par sa découverte que les adolescents blancs achetaient de plus en plus de disques *Rhythm and Blues*, a lancé sa *Rock and Roll Party* à un public d'adolescent en grande partie blanc. *Billboard* a souligné le succès de Freed. Les maisons de disques se sont dépêchées de trouver des artistes blancs pour «couvrir» (copier) des hits de tempo, de *heavy beat*, de *rythmes et de blues*. Bill Haley et Ses Comètes ont figuré dans le palmarès de la pop nationale avec *Crazy Man Crazy* en 1953. L'année suivante, la réinterprétation de *Shake, Rattle and Roll* par Haley se classait dans le top dix pendant douze semaines, suivie d'un autre phénomène : *Rock around the Clock*, la chanson thème du film populaire sur la délinquance juvénile *Black-board Jungle*. »⁶³

L'année 1956 marquait l'apogée de l'influence du *rock 'n' roll* dans la musique mais aussi dans la culture populaire américaine. Les limites étaient en grande partie fondées sur la différence de générations, cette préférence des jeunes blancs de classe moyenne pour la musique *black* établissait un clivage encore plus grand entre les parents et les adolescents. Les critiques décriaient ce nouveau modèle social, un modèle qui valorisait le *bad boy* et la provocation; le *rock 'n' roll* était vu comme une incitation à la rébellion et à ce que les Américains appelaient *apotheosis of the immature*⁶⁴. Comment une nation prospère, fondée sur le mode de vie d'une classe moyenne conservatrice pouvait trouver du plaisir et de

⁶³ Marchand, R. (2007). *Visions of Classlessness, Quests for Dominion. 'A History of Our Time : Readings on Postwar America'*. NY : Oxford University Press. p. 74.

⁶⁴ L'apothéose de l'immaturité

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'amusement dans ce genre de musique ? C'était en essayant de répondre à cette question –qui brûlait les lèvres de la très traditionaliste société américaine- que le magazine *Time* a comparé les concerts de *rock 'n' roll* aux manifestations organisées par Hitler et d'incitations à la vulgarité et à la sauvagerie. Une culture populaire renforcée pourrait-elle combler le fossé qui se traduisait par ces réactions ?

Les visions extrémistes ne se réconcilieraient jamais. Cependant, un chanteur qui faisait trembler l'Amérique et qui élevait le *rock 'n' roll* au statut de « phénomène » a réussi à réconcilier ce nouveau style musical avec la musique populaire. Elvis Presley a profondément absorbé et transformé la musique *black*. Selon R. Marchand :

« Le style de ses premiers singles était *rockabilly* - le seul style de *rock 'n' roll* qui prouvait que les blancs pouvaient tout faire - être aussi étranges, aussi excitants, aussi effrayants et aussi libres que les noirs ... Même alors qu'Elvis passait à la radio nationale RCA en 1955 et 1956 avec *Heart-Break Hotel* et *You Ain't Nothin*, il continuait d'évoquer la sexualité, l'exhibitionnisme et le défi de la retenue. Elvis a projeté une implication émotionnelle; il comprenait les qualités appréciées de dureté et de vulnérabilité. »⁶⁵

Elvis n'était pas seulement le symbole de rébellion, de frustration et de sensibilité de la nouvelle génération, mais il était également le diffuseur de cette « nouvelle musique » dans la culture extrêmement conservatrice de l'époque. A la fin des années 1950, il comptait d'innombrables chansons à succès grâce au mélange de gospel, rock et romantisme ; son style inspirait sentimentalisme ainsi que révolte. Avec Pat Boone, Bobby Darin, Bobby Rydell, Paul Anka, Ricky Nelson, la télévision et l'émission de Dick Clark *American Bandstand*, Elvis a déterminé l'évolution du *rock 'n' roll* vers le *mainstream*.

La culture adolescente et le *rock 'n' roll* n'étaient pas les seuls signes de contestation contre l'uniformisation sociale et culturelle des années 1950 : la télévision, la radio et les magazines comme *Life* et *Ebony* jouaient également un rôle essentiel dans la consolidation de ce nouveau comportement, une attitude qui a mené la nouvelle génération à rompre tout lien avec le conservatisme et les préjugés de la société américaine de l'après- guerre.

⁶⁵ Op.cit. 30. p. 75.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Soumis aux craintes de la guerre froide et à la complexité sociale, les Américains ont trouvé un réconfort dans une culture populaire offrant des visions pleines d'espoir d'une société sans différences sociales. La culture populaire a fourni les fantasmes, les évasions, les artefacts matériels et les expériences par procuration à travers lesquels les Américains ont tenté de retrouver un sentiment de contrôle. »⁶⁶

Cette anxiété culturelle pouvait être en même temps considérée comme une cause et comme une conséquence de la Guerre Froide, pourtant la peur du communisme et la campagne nationale contre toute possible menace à la nation ne laissaient pas de doute : les Etats-Unis allaient protéger ses frontières physiques et morales par tous les moyens. La notion de frontière était très importante pendant les années 1950 : des distinctions très claires entre les Américains et le reste du monde ont été établies durant toute la décennie.

La répression politique et sexuelle, la peur du communisme et l'idéalisation des femmes étaient toujours liées dans l'imaginaire populaire. L'image qui conférait à « l'étranger » et au « différent » un statut d'ennemi était très fortement diffusée dans la culture de l'après-guerre : l'identité américaine se construisait en opposition à la diversité raciale, ethnique et sexuelle. Dans cette perspective, la liberté politique et idéologique était tout simplement impossible. Les tensions causées par la Guerre Froide et le développement d'un Etat de Sécurité Nationale omniprésent suscitaient la diabolisation de toute forme de dissidence politique et d'action « antipatriotique ».

« Il y avait bien sûr une bonne raison de ressentir une menace à l'hégémonie des hommes blancs, car les années cinquante étaient la dernière fois que les hommes blancs dominaient de manière indiscutable. Dans ce scénario, la peur a produit des discours sur le genre et la race dans lesquels les femmes et les Noirs devaient être séparés et contenus. L'inquiétude suscitée par la perte de sphères séparées et l'intégration des sexes et des races s'articulait dans la célébration de la blancheur et de la féminité domestique traditionnelle. »⁶⁷

Tout cela réaffirme l'idée que les années 1950 ont marqué l'histoire américaine comme une décennie pleine de paradoxes. Malgré cette forte idéalisation de la femme et les éternels efforts de la société pour la limiter dans son rôle de mère et de femme au foyer, le nombre

⁶⁶ Op. cit. 30, 31. p. 77.

⁶⁷ Op.cit. 21. p. 10.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

grandissant de femmes qui suivaient des études, la démocratisation de la famille et l'acceptation du plaisir sexuel féminin témoignaient d'un renforcement de l'autonomie et du désir d'égalité des femmes américaines. Manifestement la décennie était politiquement et culturellement conservatrice, notamment en ce qui concernait les questions de genre et de valeurs familiales. Pour les jeunes femmes blanches et de classe moyenne ou supérieure les années 1950 étaient une période où les possibilités de liberté se cachaient derrière de nombreuses règles restrictives et arbitraires ; elles grandissaient avec toutes les nouveautés sociales et culturelles qui ont marqué leur génération mais aussi avec toutes les prohibitions et tabous qui les entouraient.

W. Breines suggère que toutes ces interdictions et contradictions qui définissaient la société américaine de l'époque incitaient les femmes à se rebeller et à lutter pour un nouveau rôle social et culturel :

«Après avoir commencé par s'interroger sur les racines du féminisme juvénile des décennies suivantes, je suggère que les contradictions exagérées des années cinquante, en particulier l'absence de normes relatives au genre, signifiaient que les filles étaient rebelles et explorées. Camouflés par une stabilité apparente et précieuse, elles étaient attirées par diverses formes de différence et par les nouvelles perspectives féminines. »⁶⁸

Cette génération de jeunes femmes blanches et de classe supérieure était l'avant-garde du futur féminisme : elles seraient les pionnières d'un nouveau mode de vie basé sur l'équilibre professionnel et familial et sur la lutte pour l'autonomie économique et sociale. Elles désiraient une vie différente de celle de leurs mères, qui ont toujours souffert de l'imposition de stéréotypes bien rigides pendant les décennies passées. C'était une génération pivot, qui a transformée la société et la culture américaines dans cette deuxième moitié du XXème siècle. Des options nouvelles et libératrices se défilaient devant les jeunes, beaucoup d'entre eux vivaient dans l'abondance et tous grandissaient dans une société où la culture et les mentalités changeaient constamment.

Les développements de l'après-guerre contribuaient à la construction d'une nouvelle culture, qui transformait à son tour la définition de féminité connue des jeunes femmes. La contre-

⁶⁸ Op.cit. 26. p. 11

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

culture, les nouveaux rythmes musicaux, ainsi que le comportement et le style de la classe ouvrière influençaient la subversion des notions classiques de féminité. En conséquence, les personnes et les cultures exclues par cette Amérique blanche et conservatrice fascinaient de plus en plus la jeune génération. W. Breines défend l'idée que la culture américaine de l'époque était fondée sur la peur de l'autre et que le racisme était un des principaux problèmes de cette société, tellement conservatrice que les noirs n'avaient pas leur place dans ce nouvel *American Way of Life*.

La Seconde Guerre Mondiale fut un tournant pour les relations raciales. Malgré le caractère conservateur et raciste des années 1950 le mouvement pour les droits civiques des noirs continuait à se développer. Par ailleurs, les pays du « tiers-monde » commençaient à changer le scénario politique mondial : en Inde et en Afrique les colonies européennes obtenaient leur indépendance et la révolution communiste chinoise triomphait en 1949.

Aux Etats-Unis un très grand nombre de migrants noirs arrivait dans les régions du Nord et de l'Ouest après avoir quitté les états du Sud où l'économie agricole était encore dominante. L'arrivée de cette population dans les grandes villes a bouleversé la vie des habitants et a amplifié la ségrégation raciale dans le pays. La décennie était marquée par plusieurs incidents qui confirmaient le caractère racial de la société de l'époque : à titre d'exemple, la décision de la Cour suprême en 1954 de séparer les enfants noirs et blancs dans différentes écoles, l'assassinat d'un jeune noir qui parlait à une jeune femme blanche et l'expulsion de Rosa Parks d'un bus parce qu'elle était assise à une place « réservée » aux blancs. Tout cela prouve à quel point la vie et les préoccupations des jeunes femmes blanches de classe moyenne étaient complètement différentes de celles de jeunes femmes issues d'une minorité raciale. Le *American Way of Life* concernait uniquement une partie de la société américaine, néanmoins, c'était l'image de la « femme parfaite » et de la « famille parfaite » qui était mise en évidence par l'Amérique de l'après-guerre, une image fondée sur la classe moyenne blanche et conservatrice. L'ironie est que les « différences » était sensées être « invisibles », la société américaine des années 1950 cherchait à être un mélange culturel et social, où toute religion, race et sexe devaient s'intégrer et s'unir.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Effacer ses différences et se « normaliser » était un signe d'être vraiment Américain. Mais « normaliser » signifiait être Blanc. Les normes de beauté étaient blanches. Il en a été de même pour la théorie pluraliste de la démocratie et les modèles de la famille. Les déviants et les sceptiques étaient des exclus. L'Américain présenté par les films, la télévision, les magazines et la publicité était blanc. Les Noirs étaient pratiquement inexistantes dans les médias dominants. »⁶⁹

Alice Walker, une jeune fille noire qui vivait dans la région rurale de Georgia, parle du racisme dont elle était victime :

« J'ai regardé avec nostalgie à travers la fenêtre de la pharmacie du coin où les enfants blancs étaient assis sur des tabourets dans un confort climatisé, buvaient du Coca-Cola et mangeaient des cornets de crème glacée. Les noirs pouvaient faire des achats, mais ils ne pouvaient pas manger à l'intérieur. Lorsque le premier motel a été construit à *Eatonton* à la fin des années 1950, la compréhension générale du lieu était si claire que les propriétaires n'avaient même pas besoin de mettre un panneau « Blanc seulement ». (...) J'étais en exil dans ma propre ville et j'ai appris à mépriser ses citoyens blancs presque autant que j'aimais la campagne de Géorgie. (...) À cette époque, peu de noirs discutaient de la haine des blancs. Il était entendu qu'ils étaient - généralement vicieux et injustes, comme des inondations, des tremblements de terre ou d'autres catastrophes naturelles. Votre travail, si vous étiez noir, était de vivre avec cette connaissance. »⁷⁰

Les histoires de jeunes filles noires sont une évidence du contraste entre la réalité d'une grande partie de femmes américaines et les représentations des jeunes blanches insoucieuses qui figuraient dans les magazines, les publicités et les films : les jeunes femmes noires, appartenant souvent à la classe ouvrière parlaient d'exclusion, de racisme et de cruauté. Selon Wini Breines⁷¹, leurs expériences n'auraient pas eu de sens sans celles des jeunes blanches car les catégories raciales et les expériences qui résultaient de ces différences ne se construisaient pas de manière isolée, étant donné que les blancs et les noirs étaient en constant échange culturel et social.

⁶⁹ Breines, W. (1992). *White and Miserable: Growing Up Female in the Fifties*. Boston : Beacon Press, p. 15.

⁷⁰Op. cit.35. p.15.

⁷¹ Op. cit. 57

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Il semble essentiel de comprendre ce que signifiait vraiment « racisme » et « race » pour les jeunes blancs de classe moyenne : étaient-ils conscients des vrais différences et difficultés imposées à ceux qui ne correspondaient pas au modèle social souhaité ? Une partie de la réponse se trouve sur l'homogénéité caractéristique de cette société qui ne laissait pas d'espace à ceux que n'étaient pas dans les « normes » : les mères qui travaillaient, les homosexuels, les femmes seules et, de manière plus violente et explicite, les noirs, spécialement les femmes noires. Les rassemblements de noirs qui soutenaient le mouvement des droits civiques étaient vus comme une menace à la domination du modèle fondé sur la classe moyenne, blanche et protestante.

La jeunesse des classes sociales aisées trouvait dans les cultures et comportements « hors-limites » une façon de se différencier des normes et restrictions imposées par le modèle social qui construisaient le *American Way of Life*.

Beaucoup de jeunes filles blanches s'intéressaient à la culture afro-américaine pour échapper à l'ennui de leurs vies bien organisées. Elles aimaient la *black music*, sortaient avec des garçons noirs ou issus des classes ouvrières, fréquentaient des bars de jazz et menaient une vie cachée de leur parents, une vie bohème et complètement différente de leur réalité quotidienne. Elles voulaient plus que le mariage et la vie familiale qui leur était promise.

Mais à quel point cet intérêt pour « l'autre » et pour une autre culture que celle des leurs parents a permis à cette jeunesse d'avoir des valeurs et une ouverture d'esprit qui respectait les différences et interrogeait l'exclusion sociale ? Nathan Irvin Huggins⁷² affirme que ces jeunes, malgré leur penchant pour la culture noire, restaient aussi racistes et ignorants que leurs parents. Selon lui, cette jeunesse ne cherchait qu'à se rebeller contre les règles et l'homogénéité sociale, le questionnement de soi et des principes sociaux qui fondaient leur mode de vie n'était pas leur principal objectif.⁷³ Mais ces relations étaient-elles simplement voyeuristes et intéressées ? Il semble que non. Les échanges étaient réciproques, même si la culture noire intéressait beaucoup plus la jeunesse blanche que vice-versa.

Néanmoins, une chose est certaine : ces relations interraciales ont eu un grand impact sur ces jeunes de classe moyenne qui sortaient de leurs banlieues pour vivre une réalité absolument

⁷² Huggins, N. I. (1971). *Harlem Renaissance*, NY : Oxford University Press.

⁷³ Op.cit. 60. p.91.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

différente de celle de leurs familles. Même si certaines prémices du racisme et des idées préconçues pouvaient encore faire partie de leur imaginaire sur les noirs et autres minorités raciales, ces communautés et leurs cultures leur semblaient de plus en plus légitimes et respectables. D'après George Lipsitz⁷⁴ la culture noire et des classes ouvrières étaient devenue un modèle pour la jeunesse « rebelle » de l'Amérique des années 1950. Le langage, la mode, la musique, les comportements et la danse des autres communautés ethniques commençaient à avoir une forte influence sur beaucoup de jeunes blancs des classes sociales supérieures.

« Les cultures dites 'alternatives' attiraient de plus en plus les jeunes filles blanches des classes supérieures, cet intérêt était représenté de diverses manières : le style, la mode et, la plus évidente, la musique. Les parents essaient de contrôler la jeunesse en multipliant les moyens d'augmenter la ségrégation et la séparation raciale, mais les jeunes résistaient. En réalité, l'interdiction de fréquenter d'autres cultures et de voir d'autres réalités que celles des banlieues bien organisées, incitait encore plus la curiosité et l'intérêt des jeunes blancs pour leurs camarades noirs. Le questionnement des valeurs sociales et du mode de vie prédominant de l'époque inondait petit à petit la mentalité de presque toute une génération, une génération de jeunes blancs et privilégiés qui ira lutter à côté des noirs pendant les manifestations pour le mouvement de droits civiques des années suivantes. »⁷⁵

Dans une culture où ces jeunes filles blanches avaient toute liberté de profiter de la société de consommation, leurs rêves restaient néanmoins limités. C'est justement ces limitations et frustrations qui incitaient un très grand nombre de jeunes à s'intéresser aux différences sociales et culturelles des autres communautés raciales. Un désir d'échapper aux réalités qui caractérisaient et limitaient les blancs et les noirs dans leurs « mondes » respectifs semblait s'être développé pendant les années 1950 aux Etats-Unis. Le bohème, l'artiste et le musicien devenaient l'incarnation des valeurs et des signes de cette « rébellion » que ces jeunes blanches des classes supérieures cherchaient tellement. Ellen Maslow analyse ce paradoxe vécue par les jeunes femmes blanches de l'époque à travers quelques récits :

« Notre enfance nous a fait espérer un mode de vie très spécifique et limité, une vie recentrée sur un mari et plusieurs enfants et basée sur des attentes de sécurité et stabilité. Ce rêve

⁷⁴ Lipsitz, G. (1990). *Against the Wind : Dialogic Aspects of Rock and Roll. Time Passages : Collective Memory and American Popular Culture*. Minneapolis : University of Minnesota Press. p. 99-132.

⁷⁵ Breines, W. (1992). *White and Miserable: Growing Up Female in the Fifties*. Boston : Beacon Press. p. 20.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

bourgeois, on devrait admettre, était encore très ancré dans nos esprits et était constamment entretenu par nos parents... On essayait de comprendre pourquoi nos expériences n'étaient pas comme dans ce rêve, pourquoi les garçons ne cherchaient pas à se marier, à nous donner une famille et à nous protéger à jamais. On réalisait que la vraie vie n'était pas comme à la télé ou comme nos mères nous l'avaient raconté, personne dans ces histoires romantiques n'avait attrapé une maladie sexuellement transmise ou fait un IVG. »⁷⁶

Depuis les années 1970 les ouvrages consacrés à l'histoire de la femme américaine reviennent toujours sur la question des jeunes filles blanches de l'après-guerre. Cette génération de femmes a vécu dans une période caractérisée par des changements sociaux, économiques et culturels, mais elles n'avaient pas la liberté et le rôle nécessaire pour en bénéficier. Pour Susan Hartmann⁷⁷, il s'agit d'une décennie définie par des paradoxes et ambivalences : au moment où la société américaine sortait des années de guerre et entrait dans une ère de prospérité et d'innovations, les femmes souffraient d'une forte pression pour retourner dans le monde domestique et pour raviver leur féminité.

Pour comprendre pourquoi et comment ces jeunes femmes blanches et aisées cherchaient tant à se différencier des générations passées, il semble essentiel d'analyser ce qu'elles ont appris de ces femmes plus âgées et plus expérimentées. L'accomplissement à travers le mariage, les enfants et la vie familiale était l'une des principales valeurs de la société américaine de l'après-guerre, les jeunes filles grandissaient avec cet idéal en tête et leurs mères ne faisaient que renforcer ce désir d'une « vie parfaite ». Néanmoins, différentes générations ont rarement les mêmes envies et nécessités : les femmes, ainsi que les jeunes filles, ont dû apprendre à s'adapter à un nouveau mode de vie qui leur montrait une multitude d'options mais qu'en même temps les enfermaient dans leur rôle de « mère » ou de « future mère ».

La maison et la vie dans les nouvelles « banlieues » étaient majoritairement liées aux familles blanches et des classes supérieures. Dans l'imaginaire populaire de l'époque la « maison » représentait le noyau familial, où la femme et les enfants étaient en sécurité et en total dépendance du mari : le symbole absolu de la féminité acceptée et encouragée par les

⁷⁶Maslow, E. (1971). *Storybook Lives: Growing Up Middle Class. Liberation Now*. New York : Dell Publishing,

⁷⁷Hartmann, S. (1982). *American Women in the 1940's : The Home Front and Beyond*. Boston : Twayne Publishers.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

nouvelles valeurs sociales et culturelles. Malgré cette forte idéalisation des femmes et de leur rôle dans la société, beaucoup des jeunes filles qui grandissaient dans les banlieues et parmi une communauté très restreinte cherchaient plus qu'un mari, plus qu'une maison et les rêves de leurs mères. Enormément de femmes qui ont vécu leurs années d'adolescence pendant les années 1950 ont grandi et développé une vision politique et sociale extrêmement critique et douteuse envers les valeurs et idéologies de cette décennie. La forte idéalisation de la femme et de la vie familiale de l'époque ont contribué à ce que cette génération de jeunes filles soit une génération pivot dans l'évolution de la femme dans la société contemporaine.

En 1956 Paul Goodman publiait *Growing Up Absurd : The Problems of Youth in the Organized Society*⁷⁸ et analysait le problème de cette jeunesse « rebelle » qui contestait les normes des « si bien » structurées années 1950. Goodman focalisait ses recherches sur les jeunes garçons et leur délinquance, sur comment ces jeunes subissaient la pression pour devenir des hommes réussis et bons pères de famille. Selon lui, les jeunes hommes cherchaient une échappatoire à tout cela de manière beaucoup plus importante que les jeunes filles, qui –d'après l'auteur- n'avaient pas la nécessité de réussir puisque leur objectif dans la vie était le mariage et la vie familiale. Cependant, il est évident que beaucoup de jeunes femmes avaient le même besoin de chercher une manière de sortir des règles et des modèles bien définis de l'Amérique de l'après-guerre. Leur agitation et « rébellion » étaient les racines des questionnements et contestations des années postérieures : ces filles étaient les non-conformistes qui refusaient d'accepter leurs limitations aux rôles « traditionnelles » des femmes : mère et femme au foyer.

Pourtant, le mécontentement et la « rébellion » des jeunes filles blanches étaient beaucoup moins visibles et perceptibles que celles des jeunes garçons. Les règles strictes et bien déterminées sur les rôles féminin et masculin dissimulaient la dissidence de ces jeunes femmes et les rendaient presque invisibles, même aujourd'hui les femmes américaines des années 1950 sont généralement représentées par celles qui ont accepté et incarné l'idéalisation du rôle féminin et de la « femme parfaite ». Les jeunes femmes blanches n'avaient pas de modèles féminins de « rébellion » à qui s'identifier, elles étaient donc obligées de chercher

⁷⁸ Goodman, P. (1956). *Growing Up Absurd : The Problems of Youth in the Organized Society*. NY : Vintage Books.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

dans ces exemples masculins des aspects et versions féminines de cette « délinquance ». Pour ces filles l'attraction par des bohèmes, des “outsiders” et par des artistes comme James Dean et Marlon Brando dans des films qui incitaient à la « rébellion » était extrêmement forte.

1.2. “We Never Had it so Good”

1.2.1. Le nouveau Royaume-Uni : la société d'affluence

Les années 1945-1951 correspondent à la période de l'après-guerre, de l'union contre le nazisme et le communisme, ainsi que du travaillisme triomphant. C'étaient le temps de privations et de l'austérité, qui généreraient aussi l'immense espoir d'un monde meilleur et une volonté de reconstruction dépassant les clivages politiques et sociaux traditionnels. Cet espoir était aussi teinté de pessimisme et de désespoir. Les années 1950 marquent la transition souvent difficile de l'austérité vers l'abondance, jusqu'au début des années 1960. L'adaptation de la société et de la culture à cette transformation constituait un enjeu historique essentiel. Dominé politiquement par la gestion des Conservateurs, l'époque est marquée culturellement par la révolte des intellectuels de gauche contre le conformisme – *Angry Young Men*-, la campagne pour le désarmement nucléaire et par l'émergence socio-économique des classes sociales plus populaires. La période semble être trop sous-estimée par les historiens de la culture, pourtant elle apparaît véritablement comme une période vitale pour la société britannique.

Envisager l'histoire culturelle du Royaume-Uni depuis la fin de la Guerre amène inévitablement à un certain nombre de problématiques qui sont, en réalité, celles d'une histoire générale du pays. La première concerne la spécificité de l'histoire culturelle britannique à la fois à l'intérieur de ses frontières et au-delà de ces frontières. L'identité d'une culture nationale doit être d'abord considérée à l'intérieur du territoire britannique ; elle doit ensuite être analysée par rapport à son influence dans le monde et, dans le cas ici présent, à travers de l'histoire des relations culturelles anglo-américaines, marquées depuis 1945 par le modèle de *l'American Way of Life*, par l'image de la *perfect woman* et de la société de consommation.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Au début des années 1950 la société britannique passait par diverses transformations et commençait une nouvelle période qui allait bouleverser le pays : la phase de reconstruction après la fin de la guerre était finie et la nation avait retrouvé son équilibre grâce au plein emploi, à l'expansion économique et au Welfare State⁷⁹. Désormais les clivages sociaux et économiques du pays étaient exposés, mettant les valeurs britanniques en question : l'esprit créatif et l'enthousiasme avaient remplacé le conformisme, les arts étaient en ébullition et les jeunes en pleine rébellion culturelle. Au moment où l'accalmie et la stabilité paraissaient être des valeurs sûres, le pays se transformait de manière évidente et permanente.

La crise du canal de Suez⁸⁰ a bouleversé le pays et a cassé l'illusion de souveraineté nationale. En conséquence, de nouveaux éléments surgissaient et bouleversaient la culture britannique : le mouvement littéraire et contestataire des *Angry Young Men*, la consommation de masse, la télévision, les publicités et les séries télévisées, le *rock'n'roll* et les adolescentes rebelles. Le visage traditionnel, « vieillot » et dépassé du pays était en évolution : nouvelle génération, nouvelles manières et mentalités, l'austérité laissait place à la prospérité. Malgré tous ces changements, beaucoup d'anciens principes de la société britannique traditionnelle étaient toujours présents, comme les classes sociales, les groupes oligarchiques, la distribution inégale du pouvoir et de la richesse.

L'une des raisons de ces transformations était le début de la société d'abondance, qui changeait le pays à partir de 1955 et apportait prospérité et une meilleure qualité de vie. Un autre élément essentiel pour les changements dans la société britannique des années 1950 était l'évolution de valeurs morales, la mentalité traditionnelle et puritaine héritée du XIX^{ème} siècle : cette évolution laissait place à l'envie de liberté et de modernité. Même si cette évolution des mentalités n'avait pas commencé pendant l'après-guerre –elle a été lancée au début du XX^{ème} siècle- c'est pendant les années 1950 que les valeurs britanniques ont vraiment subi des changements radicaux.

⁷⁹ Plus souvent traduit en français par Etat-providence. Après la Seconde Guerre Mondiale son application fut très large, s'appliquant aussi bien à des mesures économiques –comme le plein emploi-, nationalisations, qu'aux réformes sociales. Au cours des années 1950 le Welfare State se rétrécit uniquement aux questions sociales. Il se caractérise, au contraire à son homologue américain, par le souci d'assurer à l'ensemble de la population des droits et des garanties d'une véritable sécurité sociale.

⁸⁰ Une guerre qui éclata en 1956 en territoire égyptien e opposa l'Egypte et l'alliance formée par Israël, la France, et le Royaume-Uni, suite à la nationalisation du canal de Suez par l'Egypte.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

L'effondrement des valeurs et des mentalités traditionnelles au début des années 1950 était une conséquence directe du rejet national des comportements victoriens qui étaient encore très présents dans la culture britannique. La nouvelle génération niait cette culture fondée sur le classicisme, la morale religieuse, la respectabilité, le travail acharné, la discipline et la répression. Avec l'expansion de l'athéisme et des nouvelles idées, les bases religieuses du pays s'effondraient laissant la place au consumérisme et à la société d'affluence. Les Britanniques, comme les Américains, devenaient de plus en plus individualistes et recentrés sur leurs familles, les problèmes et les institutions nationales étaient mis de côté, ainsi que les actions et programmes caritatifs.

Les Britanniques étaient extrêmement enthousiastes avec tous les avantages de la société d'affluence, les années 1953 et 1954 marquaient une nouvelle ère dans l'histoire du pays. Néanmoins, l'inégalité continuait à caractériser cette nouvelle réalité sociale et économique ; pour pouvoir avancer et construire leur futur, les Britanniques devaient accepter que les inégalités soient toujours bien définies. Selon J.K. Galbraith⁸¹, la vision traditionnelle qui préconisait la fin des inégalités sociales et économiques comme solution optimale pour le développement industriel était dépassée, l'auteur défendait l'idée que l'augmentation de la productivité et de la consommation allait effacer la majorité des différences entre les classes sociales. Autrement dit, Galbraith affirmait que la productivité et la consommation remplaceraient la redistribution et même la justice sociale.

L'emploi était aussi un moyen d'apaiser les différences entre les classes. En 1944 William H. Beveridge écrit *Full Employment in a Free Society*⁸² et établit la notion que pour qu'une société se développe et prospère, le taux de chômage nationale ne devrait pas dépasser les 3%. Cette notion a été fermement respectée par le Royaume-Uni pendant les années 1950 et même pendant les vingt années qui ont suivi la guerre : le taux de chômage britannique n'excédait jamais les 2%.

La société britannique était désormais prête à vivre ses années d'affluence : la fin du rationnement a permis le retour des fruits, des légumes, des confiseries, du fromage et des

⁸¹ Galbraith, J.K. (1958). *The Affluent Society*. London

⁸² Beveridge, W. H. (1944). *Full Employment in a Free Society*. London : W.W. Norton.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

œufs. La consommation des produits auparavant dits « de luxe » explosait, ainsi que les ventes de voitures, de maisons, de vêtements et des produits pour la maison. En effet, le rationnement était appliqué au Royaume-Uni par décision du gouvernement britannique à plusieurs reprises au cours du XX^e siècle, en particulier en temps de guerre ou immédiatement après. Au début de la Seconde Guerre mondiale en 1939, le Royaume-Uni importait 20 millions de tonnes de nourriture par an (70 % de la consommation), dont plus de 50 % de la viande, 70 % du fromage et du sucre, près de 80 % des fruits et environ 70 % des céréales et des matières grasses⁸³. La population comptait 46 millions d'habitants avant-guerre (46,038 millions précisément selon le recensement de 1931) et 52 millions (53,225 millions selon le recensement de 1951⁸⁴). L'une des principales stratégies des puissances de l'Axe était d'attaquer les cargaisons maritimes liées au Royaume-Uni, pour réduire l'industrie britannique et potentiellement soumettre le pays par la faim. Pour faire face aux situations de pénuries les plus graves, le ministre de l'Alimentation institua un système de rationnement. Pour acheter la plupart des produits rationnés, les familles devaient s'inscrire dans les boutiques de leur choix, où elles recevaient un carnet de rationnement contenant des tickets. Le commerçant recevait la quantité de produits correspondant aux clients inscrits. Ces derniers devaient présenter leur carnet lorsqu'ils faisaient leurs courses, de manière à ce que les tickets correspondant à leurs achats puissent être annulés.

Lors de la campagne électorale de 1959, le Premier Ministre, Harold Macmillan a prononcé ce qui allait être un discours symbolique :

« La plupart de nos concitoyens n'ont jamais vécu aussi bien qu'aujourd'hui, cela faisait tellement longtemps que nous ne vivions pas une période aussi prospère et florissante. »⁸⁵

Après la guerre, de 1953 à 1972, sept millions de maisons ont été construites dans le pays et leur qualité était de plus en plus élevée : selon l'enquête faite par *l'Annual Abstract of Statistics*⁸⁶, 88% des maisons avaient une salle de bain avec douche, 96% avaient des toilettes à l'intérieur et 34% étaient chauffées.

⁸³ Zweiniger-Bargielowska, I. (2002). *Austerity in Britain: Rationing, Controls and Consumption, 1939-1955*. Oxford : Oxford University Press.

⁸⁴ Macrory, I. (2010). *Annual Abstract of Statistics*, N° 146 2010 edition, *Office for National Statistics*.

⁸⁵ Thorpe, D.R. 2010. *Supermac - The Life of Harold Macmillan*. Londres : Chatto & Windus,

⁸⁶ *The British Economy*, Table J, p.13 ; *Annual Abstract of Statistics*, HMSO

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

D'autres signes de prospérité étaient présents : le nombre grandissant de Britanniques qui voyageaient pendant les vacances -entre 1951 et 1969 quatre fois plus des travailleurs ont pu partir en vacances- ; le nombre d'abonnements téléphoniques a passé de £3,25 millions en 1939 à £20 millions à la fin des années 1960 ; les Britanniques dépensaient de plus en plus pour leurs animaux de compagnie, ils dépensaient désormais plus de £150 millions annuels pour nourrir et entretenir leurs chiens, chats et oiseaux et, évidemment, le nombre de maisons avec une télévision a explosé pendant les années 1950 ; en 1970 neuf sur dix foyers possédaient une télévision. Pourtant, en même temps que la maison, le signe absolu d'affluence et de réussite familiale était la voiture : elles passèrent d'un peu plus d'un million en 1930 à plus de treize millions en 1973.

Un élément qui différenciait les sociétés américaine et britannique de l'époque était la modernisation et les équipements des maisons – on parle ici des maisons des classes supérieures bien évidemment-, même les nouvelles. Tandis qu'aux Etats-Unis les nouvelles constructions étaient équipées de biens électroménagers et des innovations les plus récentes, les maisons britanniques favorisaient évidemment des nouvelles technologies, mais à un degré nettement moins impressionnant que leurs homologues américaines. Au Royaume-Uni, les familles les plus aisées commençaient à avoir des réfrigérateurs, mais les congélateurs restaient inconnus ; le chauffage central n'existait toujours pas, le rez-de-chaussée était chauffé par le charbon et l'étage par le gaz, pendant l'hiver les enfants devaient s'habiller dans le salon, la pièce la plus chaude de la maison, les manteaux et les chaussettes étaient indispensables. Les courses devaient être faites tous les jours, car les supermarchés n'existaient pas encore pendant les années 1950 –ils apparaitront à partir de 1960- et aussi à cause du rationnement, les femmes au foyer allaient quotidiennement chercher des provisions pour la maison dans leur superette, leur boulangerie et leur boucherie ; la lessive n'était faite que les lundis et, même avec une machine à laver, cela durait des heures et laissait toute la maison plongée dans un nuage de vapeur. La grande majorité des maisons avaient un aspirateur et un four, ainsi qu'une radio et au moins une télévision. La différence avec les Etats-Unis était dans le fait que les radios et les téléviseurs n'étaient pas achetés, mais loués pour une période de longue durée. Les femmes cousaient des vêtements pour toute la famille et marchaient toute la journée pour amener les enfants à l'école et pour faire le tour des

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

magasins du quartier : en effet, les voitures étaient beaucoup moins nombreuses qu'aux Etats-Unis et souvent, étaient destinées uniquement aux maris pour des raisons professionnelles.

Andrew Shonfield, dans son ouvrage *Modern Capitalism*⁸⁷, définit le capitalisme comme le nouvel « ordre économique et social », qui s'est transformé de l'échec des années 1930 au moteur de la prospérité de l'après-guerre. Néanmoins, il est évident que le capitalisme entraînait de plus en plus à la consommation et, comme résultat, au détriment des valeurs sociales et morales. Les relations personnelles, la culture et la communication sociale se faisaient presque entièrement par la consommation, le symbole absolu de cela était l'industrie de la publicité.

1.2.2. Une culture en transformation

Comme aux Etats-Unis, dès que la société d'affluence s'est installée au Royaume-Uni, son côté négatif a été identifié : derrière le matérialisme et le consumérisme extrême se cachaient une très grande insatisfaction et le questionnement des principes culturels et sociaux.

A la fin des années 1950 une vague de révolte contre les conventions traditionnelles a frappé le pays et cela se manifestait de trois manières : à travers la littérature, la politique et les actions sociales. La représentation littéraire de ce mouvement de révolte était le groupe d'écrivains appelé *Angry Young Men* - qui a marqué la culture britannique de 1955 à 1959- personnifié par ses organisateurs et leurs œuvres : John Osborne (*Look Back in Anger*), Kingsley Amis (*Lucky Jim*), John Wain (*Hurry on Down*) et John Braine (*Room at the Top*). Ces écrivains protestaient contre le caractère très traditionnel et aristocratique de la société britannique qui, selon eux, même avec les changements des années 1950 continuait à être très oligarque.

Les *teddy boys* étaient la représentation sociale de ces protestations, un mouvement mené par les adolescents qui était très populaire ; sa première manifestation a eu lieu dans les quartiers sud de Londres parmi les jeunes de familles modestes. Le troisième front de cette révolte était politique, beaucoup plus organisé et grave : la campagne pour la fin des armes nucléaires

⁸⁷ Shonfield, A. (1968). *Modern Capitalism*. Oxford : Oxford University Press

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

(CND). Ces mouvements étaient le début de l'idéologie révolutionnaire des années 1960, une rébellion contre le traditionalisme à travers le *rock'n'roll*, les vêtements et les groupes de jeunes. Un autre mouvement se développait parmi les étudiants des universités qui démontraient leur rejet du capitalisme et l'admiration pour un « socialisme pur » à travers de nombreuses manifestations. Néanmoins, ces mouvements contestataires « idéologiques » n'ont pas eu un réel impact sur la politique britannique, leurs effets étaient psychologiques et moraux.

Cette agitation sociale a encouragé les syndicats et les travailleurs à manifester. Le consumérisme et le capitalisme poussaient les industries et ses ouvriers à bout : des grèves, des manifestations, des occupations et de multiples autres actions étaient de plus en plus fréquentes. Cependant, ces nombreux mouvements sociaux n'ont pas réussi à changer les normes de la société britannique, c'étaient des « mouvements mineurs » qui n'ont pas eu l'impact désiré.

En même temps, une nouvelle idéologie se répandait extrêmement vite parmi les Britanniques, une nouvelle façon de se comporter et de penser qui transforma le pays. Cette idéologie était le concept très connu et critiqué de « société permissive », un mouvement qui a complètement changé la culture britannique - beaucoup plus que tous les autres changements culturels du début du XXI^{ème} siècle. Il est très important de distinguer les clichés et stéréotypes de cette « société permissive » de ce qu'elle représentait vraiment : les changements que cette nouvelle idéologie apportait à la culture, à la jeunesse, à la relation entre religion et liberté individuelle, à la mode, à la structure familiale, au rôle de la femme dans la société et à la sexualité des Britanniques étaient beaucoup plus complexes et transformateurs que le simple stéréotype d'une « génération perdue ».

Il est évident que les années 1950 ont changé les relations entre les différentes générations, les jeunes n'avaient jamais eu une place aussi importante dans la culture du pays, ainsi qu'aux Etats-Unis. La « culture adolescente » était le résultat de multiples éléments, comme la maturité de plus en plus précoce parmi les quinze-vingt ans, la redistribution et le développement du pouvoir d'achat, ainsi que la liberté que leur accordait la voiture. Tout cela forgeait une culture et un univers bien spécifique à la nouvelle génération, une mentalité

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

caractérisée par l'indifférence totale envers la politique et l'économie, le mépris des forces de l'ordre, la nécessité d'authenticité, la liberté sexuelle, un goût pour l'art et pour la musique, la vie en communautés et le rejet du capitalisme et du consumérisme. Ce mouvement n'avait pas de but ni politique, ni révolutionnaire, il était simplement une nouvelle façon de voir les relations entre les hommes, sans barrière et sans intérêt, un idéal –utopique certes- qui prêchait pour la distribution égalitaire de la richesse et des biens matériels.

Le malaise politique et moral ont créé une brèche où les « relégués » culturels de l'après-guerre se développaient, surtout chez les jeunes issus de la classe ouvrière. Pendant les années 1950 la nouvelle génération exprimait sa révolte notamment à travers la production culturelle, comme la poésie, la musique, la littérature, le cinéma et les arts plastiques. Néanmoins, ces mouvements contestataires -plus violents comme les *Teddy Boys*, ou pacifiques comme les *beatniks*- n'étaient pas aussi significatifs que la masse d'adolescents des années 1960.

En effet, dans les milieux modestes, la croissance économique et le *Welfare State* marginalisaient la grande pauvreté et la société d'affluence privilégiait l'enrichissement personnel, la consommation et l'accès à la propriété. Beaucoup critiquée et contestée, la société d'abondance triomphait dès la fin des années 1950, ainsi que la culture de masse, fortement influencée par des artistes américains comme Elvis Presley et James Dean. Pour les jeunes des classes plus modestes l'horizon semblait s'éclaircir, le mariage n'était plus le seul moyen d'ascension sociale puisque les opportunités professionnelles étaient de plus en plus grandes grâce aux mouvements culturels, aux médias et à l'ouverture du marché de travail aux femmes. C'était la concrétisation de la « génération pop ».

Ce mouvement était représenté par le succès fulgurant des *Beatles*, qui incarnait la réussite des jeunes et des classes modestes. En pleine crise d'identité, les millions de jeunes qui constituaient la force économique et consommatrice de la nation, trouvaient dans le groupe de Liverpool une réponse à leur désir d'autonomie, ainsi que la représentation de leur propre mode de vie.

En 1966, seulement trois ans après le début de la *beatlemania*, ce n'était plus le même Royaume-Uni qui faisait la une des magazines européens. Journalistes et sociologues s'interrogeaient sur les transformations qui changeaient la société et la culture du pays. Ce « séisme culturel » était organisé par la nouvelle génération, une génération qui n'était plus en

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

colère, mais qui avait le désir de concrétiser les ambitions des années 1950, et qui profitait désormais des avantages du consumérisme et de la société d'affluence.

La culture pop des années 1960 est difficile à définir, en conséquence, il existe deux manières de l'expliquer : d'un côté, l'idée que cette révolution culturelle était le résultat de la conjonction de la société d'affluence et du consumérisme, ainsi que du désir de toute une génération de s'affranchir des valeurs traditionnelles ; de l'autre côté, la pensée qui privilégiait l'existence de plusieurs subcultures, représentées par les mêmes images et stéréotypes. Londres était incontestablement le centre de la culture pop et de la « société permissive » : des boutiques, des clubs, des restaurants, des pubs et des discothèques entraînaient la capitale dans un univers bien spécifique. Une apparente « société sans classes » se structurait autour des jeunes, attirés par l'hédonisme pop et le « bohémianisme chic » ; la mode pop triomphait, mélange d'exhibitionnisme et de créativité. Les jeunes suivaient le mouvement et adaptaient les comportements du *Swinging London*, unis et représentés par certains médias diffuseurs de la culture pop, comme les radios-pirates, les maisons de disques « alternatives » et les magazines clandestins.

Néanmoins, il semble essentiel de bien comprendre qu'il ne s'agissait pas d'une crise des normes morales, mais plutôt d'une « crise morale passagère » car certains éléments plus traditionnels, comme la famille, la stabilité et l'institution du mariage, restaient encore très forts. Comme aux Etats-Unis, les Britanniques fondaient plus de familles que dans toutes les autres décennies du XXIème siècle, ils se mariaient de plus en plus tôt : en 1911 seulement 24% des femmes entre vingt et vingt-quatre ans étaient mariées, tandis qu'en 1950 elles étaient 50% et 60% à la fin des années 1960⁸⁸.

1.2.3. La place de la femme britannique

Comme aux Etats-Unis, l'idéal de la « famille parfaite » était très fort au Royaume-Uni, les attentes concernant le mariage et la maternité étaient presque toujours liées à une image de

⁸⁸ Bédarida, F. (1994). *A Social History of England: 1851-1990*. London: Routledge, p.221.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

perfection et de bonheur complet. Malgré cette idéalisation de la famille et de la femme, l'émancipation féminine avait obtenu plusieurs victoires dans le pays : le droit pour le vote des femmes a été obtenu dès 1928, la présence féminine était de plus en plus forte dans le monde du travail, le droit pour le divorce était facilité, ainsi que le droit de la mère sur les enfants. Comme résultat, les femmes se sentaient de plus en plus libres et indépendantes, cela se reflétait dans leur mode de vie à travers leurs vêtements et leur investissement dans le monde professionnel et universitaire.

Selon François Bédarida⁸⁹, la présence féminine dans le monde du travail britannique était toujours une constante, mais leur présence était légèrement grandissante après la Première Guerre Mondiale : l'auteur affirme qu'en 1921 le nombre des femmes qui travaillaient en dehors de la maison était de 29,4 %, tandis qu'elles étaient 32,2% en 1931, 30,8% en 1951 et 32,5% en 1961. Toujours selon Bédarida, il est important de ne pas sous-estimer l'importance de ces « petits changements » : une plus grande diversification dans l'emploi féminin, la présence de plus en plus grande de femmes des classes supérieures dans le monde du travail et, le très grand nombre des femmes mariées qui commençaient à travailler, que ce soit pour aider leurs maris avec les dépenses familiales, pour l'accomplissement de soi ou par extrême nécessité.

Egalement comme aux Etats-Unis, l'idéalisation des femmes des classes supérieures et de la famille étaient extrêmement répandue au Royaume-Uni, l'influence de l'*American Way of Life* parmi les Britanniques était l'une des principales caractéristiques de la société et de la culture du pays pendant les années de l'après-guerre. En dépit de l'évolution des opportunités sur les bancs des universités à partir de 1944, et du plein emploi des années 1950, les choix de vie des femmes étaient limités par l'opinion publique qui considérait que la place de la femme était à la maison, avec les enfants. Ces choix étaient aussi « dictés » par l'image idéalisée d'une « femme au foyer parfaite » diffusée sur tous les médias, radio, télévision, publicités et, surtout, magazines féminins. Ces images étaient toujours basées sur le train de vie des

⁸⁹ Bédarida, F. (1994). *A Social History of England: 1851-1990*. London: Routledge.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

femmes blanches et des classes supérieures, qui vivaient dans des maisons neuves et profitaient des nombreux avantages de la société d'affluence.

Comme les Américaines, les Britanniques ont aussi souffert d'une très grande pression sociale pour revenir à la maison lors de la fin de la guerre et du retour des soldats. Pendant les années 1950, le modèle de la « femme parfaite » dominait dans les deux pays. Les femmes avaient tendance à se retirer du marché du travail après le mariage et la maternité. Ces comportements et leur soutien par l'action publique étaient associés à des principes élaborés au cours du XIX^{ème} siècle par les théoriciens du social et les économistes. D'un côté, la théorie des «deux sphères», qui développait l'idée que le monde des femmes était différent de celui des hommes. Il faut cependant noter que, dans cette approche, « l'épouse, mère et éducatrice », en charge du privé, mérite autant d'égards que l'homme producteur de richesse et pourvoyeur de ressources. De l'autre côté, les économistes qui développaient la théorie du « salaire familial » laquelle défendait que le salaire d'un homme assure non seulement sa propre existence mais aussi celle d'une famille, tandis que celui d'une femme était supposé couvrir uniquement ses besoins. On a ici une construction « scientifique » de l'idée du « salaire d'appoint » et des inégalités de salaire entre hommes et femmes, plus ou moins institué selon le pays.

Joan Scott⁹⁰ souligne qu'en proposant deux « lois » différentes concernant les salaires, deux systèmes d'évaluation du travail, les économistes établissaient une division sexuelle du travail réputée « fonctionnelle ». Fonctionnelle parce que chacun, homme et femme, avait sa place (dans son « monde ») et jouait son rôle. Elle souligne aussi que, pour ces économistes, ces deux séries de lois, les lois du marché et les lois biologiques, étaient « naturelles ». On ajouterait: qui dit « naturel » dit indiscutable, qui s'impose « naturellement ».

Ces théories fondaient le modèle de la « femme au foyer » qui, dans les années 1950, se retrouve à grands traits au Royaume-Uni et aux Etats-Unis. Il s'inscrivait cependant dans des histoires différentes d'un pays à l'autre, ce qui lui donnait des configurations et des évolutions particulières. Ces différences tenaient, entre autres, à des modes et à des temporalités variables de l'industrialisation et du développement du salariat. En effet, c'est au fur et à mesure que la vie familiale et le monde professionnel se séparaient que la question de la

⁹⁰ Scott. J.-W., Tilly, L. (1987). *Les femmes, le travail et la famille*. Paris : Rivages.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

«conciliation » entre ces mondes se posait, essentiellement aux femmes. Ces différences venaient aussi de philosophies politiques qui ne définissaient pas de la même façon la citoyenneté et la place des hommes et des femmes, ainsi que les rapports entre l'État, le citoyen et « l'ordre des genres » parmi les deux sociétés.

La théorie des « deux sphères » qui défendait que les hommes et les femmes exerçaient leurs qualités et leurs compétences dans des espaces séparés était particulièrement diffusée au Royaume-Uni, encore plus que parmi les Américains, un peu moins stricts sur ce sujet. Dans ce contexte, les femmes britanniques mariées ont été longtemps éloignées du marché du travail. Deux règles institutionnalisèrent ce modèle :

La règle de la « barre du mariage », *Marriage Bar*, s'est mise en place dès la deuxième moitié du XIX^{ème} siècle. Défendue à la fois par les syndicats et les employeurs, elle impliquait que les femmes renonçaient à leur emploi une fois mariées : elle a été supprimée progressivement à partir des années 1940 et a perduré dans certains secteurs jusque dans les années 1960⁹¹. « L'option des femmes mariées », *Married Women's Option*, instituée au début du XX^{ème} siècle, permettait à ces femmes, lorsqu'elles occupaient un emploi salarié, de choisir cette «option» et de dépendre des droits de leur mari : elles ne payaient alors pas de contributions sociales, et n'avaient pas de droits propres. Dans le système national d'assurance (*National Health Service*) mis en place en 1946, cette option était reprise. De plus, les femmes mariées qui souhaitaient rester dans le système payaient des contributions pleines, mais avaient droit à des allocations inférieures à celles des femmes seules et des hommes mariés. L'activité professionnelle des femmes mariées était ainsi très faible au Royaume-Uni au début du siècle jusqu'en 1930 avec un taux de 10%. C'est dans les années 1960 qu'elle a progressé sensiblement, avec un taux d'activité féminine en progression de 26 % en 1951 et de 50 % dans les années 1970.⁹²

Une autre caractéristique du Royaume-Uni était, contrairement aux Etats-Unis, de se défendre de mener une politique familiale. Pour situer la question familiale parmi les Britanniques, il faut revenir à la constitution de l'État moderne dans ce pays. La séparation des sphères

⁹¹ Hakim C. (1987). Trends in flexible workforce. *Employment Gazette*, Novembre. pp.549-555.

⁹² Lewis J. (1992) Gender and the Development of Welfare Regimes. *Journal of European Social Policy*.p. 159-173.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

publique et privée qui caractérise les sociétés « modernes », a été interprétée au Royaume-Uni comme le fait que la famille devait échapper au contrôle de l'État. On peut dire que, si pour les Américains, l'État était vu comme protecteur, les britanniques l'apercevaient comme une menace potentielle pour les libertés et la vie privée. La famille devait donc être soustraite à l'intervention de l'État. Ainsi, traditionnellement et encore aujourd'hui, les allocations familiales de même que l'offre publique de garde pour les jeunes enfants sont extrêmement réduites, les réductions fiscales destinées à aider les familles avec des enfants, inexistantes. L'importance et les modalités du travail à temps partiel exprimaient le rôle des femmes dans la société salariale britannique : le travail à temps partiel était la seule forme réellement envisageable pour les mères, combinée à l'interruption d'activité tant que les enfants ne seraient pas en âge scolaire.

En effet, les femmes britanniques vivaient dans une contradiction qui n'a cessé de grandir entre, d'un côté des droits civils et civiques formels acquis très tôt – comme le droit de vote en 1928- et une dépendance économique très forte envers leurs maris. Cela aurait pu être une conséquence de la théorie des deux sphères ? Les féministes britanniques – pourtant très mobilisées – n'ont finalement pas assez revendiqué une place à part entière vis-à-vis du monde du travail. Leurs revendications ont plutôt visé à réduire cette dépendance au mari en rémunérant la mère : c'est pour cela que, selon J. Harris⁹³ les allocations familiales ont été une revendication féministe.

En ce qui concerne le travail féminin, un élément différencia les deux pays : les syndicats. Les Britanniques étaient beaucoup plus investis dans la politique que les Américains, ils s'impliquaient dans la vie politique de leur pays de façon extrêmement active et intense, les femmes qui travaillaient en dehors de la maison étaient organisées et conscientes de leurs droits. Les Britanniques menaient des actions et des événements pour la cause féminine et féministe, leur principale demande était l'égalité de salaire, qui a été assurée seulement en 1970. Avant cela, les salaires des femmes étaient inférieurs à ceux destinés aux hommes, et cela sans prendre en compte leurs compétences et diplômes.

⁹³ Harris. J. 1994. « Contrat et citoyenneté dans la protection sociale. 1934-48 ». *MIRE, Comparer les systèmes de protection sociale en Europe*, vol. I : Rencontres d'Oxford. Ministère de l'emploi et de la solidarité.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En 1968, les couturières de l'usine Ford de Dagenham ont entamé une grève de plusieurs jours contre l'inégalité entre leurs salaires et ceux de leurs collègues masculins. Leur mouvement a suscité d'autres grèves dans le pays et a occasionné la création du Comité national pour l'égalité salariale, qui a organisé une énorme manifestation en Mai 1969. La ministre du travail de l'époque, Barbara Castle, touchée par la cause des ouvrières, instaura la loi pour l'égalité salariale, *Equal Pay Act* en 1970 qui garantissait un salaire juste et égalitaire aux femmes.

L'évolution des mentalités des années 1960 allait rapidement faire évoluer la situation. Les femmes avaient désormais acquis une importance économique, et surtout sociale, déterminante dans la société britannique. Le pays a fait appel à la mobilisation des femmes dans des secteurs industriels nouveaux, lorsque la main d'œuvre masculine était dans les tranchées de la guerre. Cette mobilisation était tellement vitale que le gouvernement en guerre a mis en place un système de crèches et de gardes d'enfants pour leur permettre de se consacrer à leurs nouvelles tâches militaires ou économiques. Le nouveau travail des femmes était exalté comme un devoir politique, une contribution civique et valorisante en vue de la victoire de la société britannique contre la dictature totalitaire. Le retour des hommes dans les emplois civils les exilaient à la vie urbaine. Ces millions de femmes de dix-neuf ans à cinquante ans avaient pris goût à la vie dans la sphère professionnelle. De plus en plus, elles exigeaient de pouvoir décider de leur destin biologique et de leur sexualité ; en 1967 un député libéral dépose une nouvelle proposition de loi qui a été adoptée par 167 voix contre 83. Il suffisait que deux médecins certifient que la poursuite de la grossesse mette la mère en danger physique ou mental. Dans ces conditions, les hôpitaux publics ou les cliniques agréées étaient autorisées à pratiquer des avortements.

Le débat autour de la garde des jeunes enfants s'est articulé autour de deux idées fortes : les charges parentales ne devaient pas constituer un handicap aux engagements professionnels des mères et des pères ; les modalités de garde des enfants devaient préserver leur bien-être et l'égalisation de leurs conditions d'éducation. Ainsi, le développement d'un grand service public de garde a été conçu comme un appui à l'intégration des femmes dans le plein emploi ; en même temps, au regard des enfants, il s'inscrivait dans les principes de solidarité et d'égalité ainsi que de qualité du service public qui s'imposaient à l'État-providence, garant du

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

bien-être individuel et collectif. Dans ce cadre, un effort considérable était fait pour développer l'équipement en crèches.

La loi de 1967 prévoyait également que les autorités locales de santé organisent le planning familial, soit directement, soit à travers une organisation bénévole. Les conseils seraient dispensés gratuitement et les moyens contraceptifs délivrés en fonction des revenus des patientes.

Egalement comme aux Etats-Unis, le travail féminin suscitait des critiques et des jugements, spécialement quand ces femmes étaient mères et épouses. La psychologie de la relation entre la mère et les enfants était un élément très présent dans ces critiques, qui dénonçaient le sentiment de négligence et de fragilité que les enfants pourraient ressentir quand leurs mères les laissaient pour aller travailler. Cette préoccupation a été représentée et analysée par le psychologue Donald Winnicott, qui diffusait ses idées dans de nombreuses émissions télévisées. En 1951, un autre psychologue, John Bowlby, travailla sur cette même question et élaborait, au nom de l'organisation mondiale de la santé, un rapport appelé *Mental Care and Mental Health*, dans lequel il exposait ses idées sur le travail féminin. Selon Bowlby, les problèmes psychologiques des enfants étaient une réponse à l'absence de leur mère, ainsi que la délinquance chez les adolescents. Ce rapport était tellement populaire qu'il a été publié sous forme de livre en 1953, *Child Care and the Growth of Love*.

Malgré cette obsession nationale pour les conséquences psychologiques que le travail féminin pourrait avoir sur les enfants, certaines femmes –comme Margaret Thatcher par exemple– n'ont pas accepté cette stéréotypisation et défendaient l'idée que le travail et la vie de famille pouvaient être conciliés de manière très positive. Selon ces femmes, une mère qui travaillait, indépendante et comblée, était un meilleur modèle pour les enfants, qui devenaient aussi à leurs tours indépendants, actifs et sûrs d'eux. Elles dénonçaient aussi l'hypocrisie de ces familles des classes supérieures, qui, depuis des décennies, confiaient leurs enfants à des nourrices, ainsi que la nécessité de lutter pour l'amélioration du système de garde des enfants.

Comme les Américaines, les jeunes filles britanniques souffraient d'une très grande pression en vue du retour à la maison, néanmoins, avec l'augmentation des opportunités d'éducation et avec l'*Education Act* de 1944 –qui officialisait l'âge légal de la fin de la scolarité à quinze

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

ans- elles étaient de plus en plus nombreuses à travailler et à quitter l'école pour rentrer dans le monde professionnel. Contre ce phénomène, les médias, surtout la télévision et les magazines féminins, diffusaient l'image de la « femme parfaite » de plus en plus persévérante. De même, comme aux Etats-Unis, les jeunes se mariaient plus tôt et avaient de plus en plus d'enfants.

« En effet, la situation actuelle pourrait être résumée en disant que le 'problème' posé par les femmes représente un conflit entre les différents rôles que nous jouons dans la société britannique. Le rôle de la femme est au centre des différentes transformations depuis une soixantaine d'années. »⁹⁴

Patrons, magazines, écoles et aussi le gouvernement avaient des attentes préconçues sur les choix de vie que ces jeunes filles allaient prendre, pourtant, ces attentes se montraient de plus en plus dépassées et cela causait des conflits et des tensions entre les différentes générations. Selon Stephanie Spencer⁹⁵, sur 271, 778 jeunes filles qui quittaient l'école, seulement 3,310 allaient à l'université, la grande majorité -238, 039- entrait directement dans le monde du travail. Elles travaillaient jusqu'à la maternité et retournaient à l'emploi une fois leurs enfants entrés à l'école. Le développement du consumérisme encourageait les femmes à apporter un deuxième salaire au foyer, mais leur rôle de mère et d'épouse restait leur priorité. La famille était l'élément le plus important de la société britannique, l'effort pour une unité nationale était extrêmement fort partout en Europe.

« Les années 1950 étaient une période des contradictions pour la femme : d'une côté, l'idéologie de la « femme au foyer » et l'idéalisation des femmes blanches, des classes sociales supérieures était diffusée et renforcée par tous les médias ; de l'autre côté, la décennie témoignait d'un nombre grandissant des femmes qui quittaient leur maisons et qui participaient au monde du travail. »⁹⁶

⁹⁴ Gavron, H. (1968). *The Captive Wife: Conflicts of Housebound Mothers*. Pelican .London Books Penguin. p. 145.

⁹⁵ Spencer, S. (2005). *Gender, Work and Education in Britain of the 1950s*, Basingstoke: Macmillan. p. 6.

⁹⁶ Dyhouse, C. (1978). Towards a Feminine Curriculum for English Schoolgirls : The Demands of an Ideology. *Women's Studies International Quarterly*, 1. p. 308.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Inspiré par les analyses de Beveridge⁹⁷ le programme du Parti travailliste dans l'après-guerre préconisait la réalisation d'un *Welfare State* devant assurer le bien-être des citoyens « du berceau jusqu'à la tombe ». Le Royaume-Uni mettait ainsi en place les premières allocations familiales en 1945, l'assurance retraite, l'assurance chômage, les congés de maladie, et le *National Health Service* (service de santé public garantissant la gratuité des soins pour tous) l'année suivante. À partir des années 1960, le *Welfare State* commençait à être largement critiqué. Les travaillistes dénonçaient les insuffisances et réclamaient une réforme de l'éducation allant dans le sens d'un « collège unique ». Mais c'est surtout à droite que l'on critiquait la logique des prestations sociales et la dérive financière d'un système extrêmement coûteux. En 1970, Margaret Thatcher arrive au pouvoir et dit vouloir faire évoluer profondément l'État-providence vers « une prise en main par chaque individu de sa situation ».

La sécurité sociale américaine a été créée par le président Franklin Delano Roosevelt le 14 août 1935, par le *Social Security Act*, elle s'intégrait dans la politique du *New Deal* afin de combattre les effets de la crise de 1929 : chômage massif, crash boursier et immobilier, faillites nombreuses (banques, compagnies d'assurances, fonds de retraite). Face à un risque systémique, l'objectif était le rétablissement rapide de l'emploi et la remise en ordre des structures économiques. Mais le modèle américain restait extrêmement limité en comparaison au *Welfare State* britannique.

La société envisagée par William Beveridge était fondée sur la suppression des « cinq maux de la nation » : pauvreté, insalubrité, maladie, ignorance et chômage. La définition des rôles des hommes et des femmes était essentielle pour la réussite du plan de Beveridge, la masculinité reposait sur le travail et l'efficacité, tandis que la féminité se fondait sur la maternité et la vie de famille. Le rôle de la femme était clair : avoir des enfants et soutenir leurs maris. La femme et les enfants étaient complètement dépendants de l'homme, même leur sécurité sociale était liée à celle du père de la famille.

⁹⁷Ce rapport, intitulé *Report to the Parliament on Social Insurance and Allied Services*, ou Rapport au Parlement sur la sécurité sociale et les prestations connexes, est rendu public en novembre 1942. Ce rapport préconise que chaque citoyen en âge de travailler paye des cotisations sociales hebdomadaires, afin de profiter en retour de prestations en cas de maladie, chômage, retraite, etc. Beveridge pense que ce système permettra d'assurer un niveau de vie minimum en dessous duquel personne ne devrait tomber.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Les relations entre les femmes et l'Etat-providence sont le sujet de débats pour des historiens et sociologues depuis des décennies. En effet, le rapport écrit par Beveridge se souciait des réactions fermes de la part des associations féminines (puisque à l'époque il n'était pas encore question d'associations « féministes ») car selon Beveridge, la femme devait accepter son rôle d'épouse et de mère et s'en tenir à ses occupations ; la femme devait être soumise et dépendante de son mari, seulement à travers le mariage elle pouvait obtenir un « statut social ». Cette vision de la femme économiquement et socialement dépendante de son mari a prédominé parmi les Britanniques jusqu'aux années 1970. D'après Jane Lewis⁹⁸, ce rapport considérait les femmes en rapport à la nécessité nationale de renforcer leur rôle comme mère et épouse, et non en rapport à leurs désirs et ambitions personnels.

Les critiques contre le traitement donné aux femmes par le *Welfare State* soulignaient la subordination et la dépendance que le programme organisé par Beveridge définissait comme la « condition naturelle » de la femme. Le rôle féminin « idéal » serait de rester à la maison pour prendre soin de la famille, le « travail » et la « vocation » de la femme seraient toujours la maternité et le mariage. En effet, le *Welfare State* considérait le mariage comme une « équipe », où l'image de la « femme au foyer parfaite » était liée à la maternité, à la consommation et aussi, parfois, au travail à temps partiel. Pour coopérer et encourager l'économie britannique, les femmes étaient considérées comme les principales consommatrices de la famille et pour permettre à leur famille de consommer sans limite, le travail à temps partiel était même encouragé par le gouvernement. Selon T.R. Gourvish et Alan O'Day entre 1951 et 1961 le nombre des femmes qui travaillaient à temps-partiel est passé de 779,000 à 1, 851,000⁹⁹.

Les associations féminines étaient toutes d'accord pour pointer Beveridge comme leur principal « ennemi ». Selon les féministes, l'auteur du *Welfare State* n'a pas pris en compte le travail que les femmes ont effectué pendant les années de guerre et tout ce qu'elles ont pu accomplir au nom de la nation et de leurs familles ; il les considérait toujours comme des citoyens de seconde zone. Et cela était représenté dans son rapport de 1942 de trois manières :

⁹⁹ Gourvish, T.R & O'Day, Alan. 1991. *Britain Since 1945*. Palgrave Macmilian, Londres. P.106.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Premièrement, Beveridge préconisait l'idée que les femmes mariées devraient dépendre de la sécurité sociale de leurs maris, ce qui les rendaient encore plus dépendantes et liées au mariage. Deuxièmement, les femmes mariées qui travaillaient à temps complet ne devraient pas avoir droit à la retraite, sauf en cas de décès du mari –et encore, s'il avait plus de soixante-cinq ans. Enfin, Beveridge prônait l'idée que les femmes devraient retourner à la maison une fois leur mari rentré de la guerre, ainsi, elles « renonçaient » à leurs droits au chômage.

D'après Elizabeth Wilson¹⁰⁰, même si les associations féminines de l'époque étaient contre les propositions de Beveridge de manière unanime, la majorité d'entre elles n'avait pas vraiment réagi à la publication de ce rapport. L'auteur, néanmoins, souligne les noms de Katherine Bompas et d'Elizabeth Abbott comme deux figures qui ont activement protesté contre les prémisses du *Welfare State* à propos des femmes et de leur statut dans la société britannique : Bompas et Abbott¹⁰¹ ont même publié en 1942 une brochure qui expliquait aux femmes les intentions et les idées de Beveridge. Jennifer Dale et Peggy Foster corroborent cette idée dans leur ouvrage *Feminist and the Welfare State*¹⁰² et vont encore plus loin en affirmant que les critiques féminines n'ont pas été vraiment entendues à l'époque car les féministes auraient été trop reléguées aux classes sociales les plus appauvries.

« Les idées de Beveridge étaient sexistes et impérialistes : le future de la « race » britannique et de l'empire britannique nécessitait une population en bonne santé et en pleine croissance. Les femmes, particulièrement les femmes cultivées, avaient besoin des encouragements pour accepter les difficultés de la maternité et du mariage. »¹⁰³

Toujours selon Dale et Foster, les critiques n'étaient pas suffisantes pour lutter contre les principes du *Welfare State*, il fallait trouver d'autres alternatives aux idées de Beveridge.

À cette fin, elles ont créé un ensemble de réformes qui combinaient des politiques économiques -pour améliorer le rôle des femmes dans le marché du travail- et des politiques sociales –qui invitaient à toute la société britannique à prendre ses responsabilités envers des personnes en difficulté, en occurrence, les femmes. En plus, les deux féministes proposaient

¹⁰⁰ Wilson, E. (1977). *Women and the Welfare State*. London : Tavistock.

¹⁰¹ Bompas, K., Abbott, E. (1942). *The woman citizen and social security : a criticism of the proposals made in the Beveridge report as they affect women*. Keighly : Wadsworth and Co,

¹⁰² Dale, Foster. (1986). *Feminists and State Welfare*. London : Routledge Kegan & Paul.

¹⁰³ Ibid. p.62.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'idée d'un salaire minimum destiné uniquement aux femmes, l'augmentation et l'amélioration des structures d'accueil de la petite enfance, la garantie des droits égaux entre les travailleuses à temps partiel et à temps complet, ainsi que la fin de la dépendance des droits sociaux entre époux.

Cependant, le rapport Beveridge a été accepté parce qu'il était populaire à la fois entre les hommes et les femmes –non féministes. En effet, il y avait un grand soutien populaire pour les réformes portées par le *Welfare State* avant même la parution du rapport écrit par Beveridge. Jose Harris¹⁰⁴ affirme que Beveridge s'est simplement inspiré des idées traditionnelles déjà existantes dans la société britannique en 1942 et qu'il se réunissait souvent avec le *Trades Union Congress* (TUC) et que les syndicats étaient d'accord avec les principes du rapport. Il semble important de ne pas oublier que trois femmes -Muriel Ritson, Majory Cox et Mary Agnes Hamilton- faisaient partie du comité qui travaillaient avec Beveridge dans l'écriture de ses idées de base.

Elizabeth Wilson défend l'idée que le féminisme de l'entre-deux-guerres et la participation féminine dans le monde du travail pendant cette période a favorisé la valorisation du rôle de « mère » : la maternité et les enfants étaient sacrés et même la guerre ne pouvait pas empêcher les femmes à devenir mères. Même si surprenant, cette idée était également reprise par la féministe Susan Pedersen¹⁰⁵ qui affirmait que le *Welfare State* ne partait pas d'un désir de contrôler les femmes, mais d'encadrer et de développer le marché du travail britannique. Selon Pederson, avoir une épouse à la maison et une famille à subvenir serait un moyen trouvé par Beveridge pour motiver les hommes à travailler plus dur et les femmes à consommer de plus en plus.

« Le *Welfare State* n'est pas une création d'un groupe particulier, mais quelque chose qui a été façonnée par plusieurs cultures et idéologies ; par des groupes formés par des hommes

¹⁰⁴ Harris, J. (1997). *William Beveridge*. London : Clarendon Press,

¹⁰⁵Pedersen, S. (1989). *Radical History Review. The Failure of Feminism in the Making of the British Welfare State*, 43, pp. 86-110.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

d'affaires, des capitalistes, des politiques, des socialistes, des syndicats, quelques femmes et, surtout, par des personnes qui cherchaient un nouveau Royaume-Uni. »¹⁰⁶

1.3. La société de consommation et les nouvelles technologies

1.3.1. L'empire du marché

Même si la consommation de masse n'est pas une donnée exclusivement américaine, les États-Unis constituaient ce que de nombreux observateurs perçoivent comme le modèle économique le plus dynamique, et éventuellement, le plus « menaçant » de l'époque. Les discours sur « l'américanisation » et la consommation de masse sont devenus étroitement imbriqués tout au long du vingtième siècle. Ce modèle américain se développait comme une réponse à la nécessité de trouver sans cesse de nouveaux marchés.

Aucune autre nation n'était capable de produire et de standardiser autant de produits que les États-Unis, aucune autre culture ne valorisait tant la société de consommation, ainsi que la liberté et la satisfaction qu'elle signifiait. Sa consolidation et, surtout sa diffusion, était la principale mission d'innombrables publicitaires et entrepreneurs américains qui foisonnaient en Europe –et spécialement au Royaume-Uni- pendant les années 1950.

Les relations proches entre les États-Unis et le Royaume-Uni pendant les années de guerre ont facilité l'implantation de la « société de consommation » dans le pays, ainsi que la proximité qui liait les deux nations depuis longtemps. Néanmoins, pour son implantation totale, le modèle américain devrait s'imposer devant le modèle britannique traditionnel fondé sur des riches marchands et un système bien aristocratique. Pour cela, l'arme des Américains était la « vulgarisation » de la consommation de masse vers toutes les classes sociales, ainsi que la possibilité de donner aux familles britanniques les mêmes comforts que leurs semblables de l'autre côté de l'Atlantique.

En 1948 les États-Unis lançaient le *Plan Marshall*, un programme de reprise européen, *European Recovery*, pour aider à la reconstruction de l'Europe après la Seconde Guerre

¹⁰⁶ Ibid. p.142.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

mondiale. Le plan final était annoncé par le secrétaire d'Etat George Marshall le 5 juin 1947 à Harvard. Entre 1947 et 1951, les États-Unis consacrerent plus de treize milliards de dollars de l'époque (dont onze milliards en dons) au redressement de 16 pays européens en communion avec l'Organisation européenne de coopération économique (OECE, aujourd'hui l'OCDE). Le montant total de l'aide correspondrait à une somme comprise entre 130 milliards et 230 milliards de dollars en 2012, soit environ 4% du PNB pendant cinq ans.¹⁰⁷

Le mécanisme retenu consistait pour les États-Unis à fournir du crédit à un État européen. Ce crédit servait à payer des importations en provenance des États-Unis. L'État européen bénéficiaire encaissait, en monnaie locale, le produit des ventes de ces importations sur son marché national, ainsi que les droits de douanes afférents. Parallèlement cet État devait accorder à des agents économiques nationaux (entreprises ou administrations) des crédits destinés à des investissements d'un montant deux fois supérieur au crédit qu'il avait lui-même reçu. L'État bénéficiaire devait en outre faire la preuve qu'il autofinçait sa part, sans recourir à la création monétaire. La reconstruction européenne, relativement rapide, fut largement stimulée par l'aide américaine, tandis que l'économie américaine évitait ainsi la récession à cause d'une surproduction massive qu'aurait pu entraîner la cessation des hostilités.

Incontestablement l'Europe avait besoin d'un nouveau souffle, d'un nouveau mode de vie qui allait laisser derrière les années difficiles de la guerre et donner l'espoir d'un futur meilleur. En plus de l'*American Way of Life* et de la « société de consommation » -qui s'est répandu de plus en plus dans le Royaume-Uni et dans toute l'Europe- un autre modèle social et économique voyait le jour parmi la société britannique : le *Welfare State*. Les trois cent pages du *Beveridge Report* ont tellement inspiré l'Etat britannique que son modèle a été et est toujours repris par les différents gouvernements qui dirigent les pays.

Quelques éléments distinguaient la « société de consommation » aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, ces éléments étaient principalement dus à l'histoire et aux différences culturelles entre les deux pays. Le marché britannique était toujours fondé sur un système aristocratique de commerce, tandis que les Américains n'avaient absolument pas cette vision

¹⁰⁷ « Le Plan Marshall et le Relèvement économique de l'Europe », Colloque tenu à Bercy les 21, 22, 23, mars 1991, Comité pour l'histoire économique et financière de la France, 1993, p.840.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

des affaires ; le marché aux Etats-Unis était plus susceptible de lancer des innovations que le marché « traditionnel » du Royaume-Uni et, l'économie britannique devait toujours prendre en compte l'état économique des autres pays européens, alors que les Etats-Unis n'avaient pas vraiment de concurrent à la hauteur autour de leur territoire. En effet, les Etats-Unis bénéficiaient d'un capital économique très important et d'un territoire beaucoup plus vaste que n'importe quel autre pays européen ; en contrepartie, la main d'œuvre spécialisée était moins nombreuse et, ainsi, plus coûteuse.

Quelques principes apportés par la société de consommation des années 1950 sont tellement intrinsèques à la société actuelle qu'ils n'ont pas besoin d'éclaircissements approfondis ; des éléments comme Hollywood, les grandes marques, la publicité, le développement des magasins de grande distribution, la notion de service aux clients et la « standardisation » des achats et des modes de vie. Néanmoins, d'autres innovations, moins connues et moins évidentes à expliquer, ont également changé la culture britannique –et européenne en général– de l'époque : la nouvelle éthique commerciale, fondée sur la satisfaction totale du client, les nouveaux standards de mode vie qui arrivaient pour « américaniser » la société britannique, le concept de « consommateur-citoyen » : une idée nouvelle qui caractérisait et renforçait l'importance du rôle du consommateur dans ce nouveau modèle économique, ainsi qu'une toute nouvelle influence du rôle de la « femme au foyer », puisque c'était elles qui décidaient de la grande majorité des achats familiaux : la femme allait être la nouvelle cible et le nouveau client « à conquérir ».

Cependant, la plus grande transformation que les Américains ont apportée à l'économie britannique était une nouvelle idéologie, une vision du commerce inédite et une vision de la consommation que les élites du pays avaient un peu de mal à accepter. Cette nouvelle idée était celle que le droit à la consommation et aux nouvelles technologies n'était pas fondée sur les classes sociales, ni sur le statut, et encore moins sur l'aristocratie, mais uniquement sur le pouvoir d'achat et les envies personnelles de chacun.

Tandis que le Royaume-Uni - ainsi que d'autres pays européens- souffraient toujours du rationnement alimentaire pendant les années 1950, les Américains profitaient d'une offre alimentaire de plus en plus abondante et variée. Une agriculture prospère, des milliers de

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

kilomètres de routes qui sillonnaient tout le pays et une culture de la consommation très inhérente dans la mentalité de la population ont fait des américains les gum, sodas, bananes, ananas et conserves¹⁰⁸.

Un autre élément qui distinguait l'économie américaine de l'économie européenne était l'incroyable croissance de la population du pays pendant les premières décennies du XXème siècle : selon Lyndall Urwick et F.P. Valentine¹⁰⁹, la population aux Etats-Unis était de 123 millions de personnes en 1930, ce qui représentait un tiers des 370 millions d'Européens de l'époque. L'implication politique des ouvriers était également différente dans les deux pays, alors que les Britanniques étaient extrêmement engagés auprès des syndicats et des politiques locaux grâce à leur mentalité marxiste, les Américains étaient notamment moins impliqués dans les questions politiques ou de représentation de leurs classes professionnelles.

1.3.2. La publicité

La profession émergente de publicitaire se développait en même temps que les révolutions dans les médias et les communications. La circulation en masse des magazines, suivie plus tard par celle des programmes de radio et de télévision, reposait sur les revenus de la publicité. Présentant leur profession comme essentielle au maintien des niveaux élevés de production et de cohésion sociale, les publicitaires utilisaient et amélioraient tout un ensemble de techniques. Plus tôt dans le siècle, ils prétendaient éduquer les acheteurs potentiels sur les produits. Leurs publicités initiales, destinées à des supports papiers, présentaient de larges paragraphes d'informations écrites expliquant les « raisons » pour lesquelles l'achat du produit serait bénéfique au consommateur. Le style américain de publicité didactique et hautement utilitaire se différenciait des posters plus artistiques et riches en images qui prévalaient dans la publicité en Europe.

Au cours des années 1920, la publicité est devenue un art de suggestion psychologique. Elle avait pour but de transformer l'adhésion et la loyauté à un produit de telle manière que ces dernières semblaient être le résultat d'un choix personnel et délibéré. Plus encore, les publicitaires américains estimaient que leur rôle social dépendait davantage de l'offre des

¹⁰⁸ Op.cit. 105. p. 98.

¹⁰⁹ Urwick, L., Valentine, F.P.(1931). Trends in the Organization and Methods of distribution in the Two Areas. *Europe-United States of America*. Vol.5. International Chamber of Commerce, p.10-12.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

produits spécifiques aux consommateurs que de la construction de groupes d'acheteurs dont la loyauté pouvait alors être vendue aux producteurs. Sous l'influence des pionniers de la publicité comme Edward Bernays, les publicitaires utilisaient les nouvelles techniques fondées sur la psychologie et les enquêtes sociales. Alors que les publicités dans la tradition européenne continuaient pour l'essentiel à associer les produits avec des images artistiques qui plaisaient aux chefs d'entreprises, les Américains cherchaient à comprendre ce qui pouvait motiver les consommateurs, leurs besoins et leurs désirs.

Les nouvelles techniques de recherche sur le marché, qui se mettaient en place au cours des années d'après-guerre, mettaient en évidence que les femmes contrôlaient les décisions d'achat pour environ 80 % des familles américaines et étaient les principaux agents de consommation. Les produits pour la maison, les cosmétiques et les vêtements féminins étaient très présents dans les publicités, mais les femmes étaient ciblées aussi pour de nombreux articles masculins comme les habits ou les affaires de toilette. Pour accroître leurs ventes, les entreprises automobiles General Motors et Ford renforçaient leur stratégie commerciale en direction des femmes, insistant sur le style, la beauté et la couleur. Les publicitaires présentaient les hommes comme des producteurs et les femmes comme des consommatrices, représentation qui associait l'acte d'achat avec le féminin et les caractéristiques supposées féminines comme l'émotion, l'impulsivité et l'irrationalité.

Cependant, le modèle américain de consommation de masse suscitait des débats dans la plupart des pays européens. Les discours anti-américains mettaient en garde contre le danger d'une dégradation des conditions de travail et l'apparition d'un matérialisme vulgaire, d'un gaspillage, d'un individualisme sans âme, d'une féminisation de la société, d'une perte morale et d'un résultat intellectuel médiocre. L'anti-américanisme comprenait des critiques à la fois culturelles et économiques. La vente de produits américains, bien évidemment, menaçait les producteurs locaux, qui utilisaient des arguments nationalistes pour que leurs gouvernements les soutiennent. Les conditions dans ces pays étaient différentes de celles rencontrées aux États-Unis : territoire plus petit, faiblesse des ressources naturelles, main-d'œuvre abondante, fortement ancrée dans le local, traditions artisanales, populations plus homogènes et moindre mobilité sociale.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Les pays et les individus assimilaient la consommation de masse à leur propre tradition. Un nombre important d'études confirmaient qu'avant la Seconde Guerre mondiale, en Europe, plus particulièrement, la standardisation des produits et leur vente se développaient sous forme de structures de consommation variées. Victoria De Grazia¹¹⁰, parmi d'autres, a mis l'accent sur la variété des idéologies qui circulaient dans l'entre-deux guerres. De manière précise, les Américains présentaient des pratiques et des sensibilités distinctes, mais l'influence de la publicité et des pratiques de consommation des Américains ressemblait plus à une diffusion culturelle, au sein de ce que De Grazia a appelé « l'Atlantique blanc », qu'à une volonté brutale d'américanisation. En réalité, le management, les politiques syndicales et la haute valeur ajoutée du capitalisme américain ne signifiaient pas la même chose partout. À l'image de ce qu'a montré David Reynolds¹¹¹, chaque pays a adopté ses propres mécanismes de filtre pour emprunter, adapter ou rejeter le modèle américain

Toujours selon de Grazia, la manière dont les publicitaires utilisaient, par exemple, à des fins commerciales les notions de glamour et de désir variait d'un pays à l'autre. Les outils publicitaires s'appuyaient sur des contextes locaux particuliers. Pour créer et répondre à la demande, les publicitaires américains fabriquaient un vaste répertoire d'images de beauté, de style et d'appartenance sexués, souvent renforcé par les stars et les célébrités d'Hollywood. Tout au long du XXème siècle, les images et les codes du modèle américain étaient facilement identifiables dans le monde non-communiste et même dans le monde communiste. Le processus, appelé « changement de code » -*code-switching*- par les anthropologues, permettait des adaptations locales aussi bien aux États-Unis que dans le monde. Ces adaptations locales et ces pratiques complexes de *code-switching* culturelles au sein des imaginaires consuméristes se produisirent dans tous les pays, mais elles étaient particulièrement importantes dans le Royaume-Uni.

En réalité, la question la plus importante n'était pas vraiment de savoir si le *American Way of Life* était bénéfique ou non à l'Europe, mais plutôt, si cette transposition des modes de vies était possible ou même envisageable. L'économie européenne, surtout la britannique, était

¹¹⁰Op.cit. 105.

¹¹¹Reynolds, D. (1996). *Rich Relations : The American Occupation of Britain, 1942-1945*. Londres : HarperCollins.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

fondée sur des structures bien solidifiées, comme les marchés locaux, la distribution en proportions beaucoup plus petites qu'aux Etats-Unis et un système extrêmement lié aux classes et au statut social.

En effet, comme corroboré par de Grazia, le plus grand problème du consumérisme britannique du début des années 1950 était les conditions de vie du travailleur : les familles des classes ouvrières vivaient dans de petits appartements, anciens, sombres, humides, sans véritable système de chauffage, mangeaient presque iniquement des glucides, portaient des vêtements « faits maison » et organisaient leur vie autour des activités proposées dans leur quartier. C'était le plus grand défi rencontré par les Américains : participer à l'adaptation et à l'amélioration des conditions de vie des ouvriers britanniques, construire des logements plus spacieux et plus confortables, prêts à accueillir des familles, des routes, des parkings, de meilleures écoles, de grands magasins et des activités culturelles pour les différentes populations. Les différences entre la mentalité des travailleurs britanniques et celle de leurs analogues américains étaient plus profondes qu'une simple question de conditions de travail : jusqu'au milieu des années 1950 les ouvriers britanniques n'étaient pas prêts à travailler plus –même si cela signifiait gagner plus-, ils étaient très attachés à leurs loisirs (dans la majeure partie du temps liés aux pubs, aux sports, à la cigarette et aux jeux de hasard) ; ils étaient très organisés et s'engageaient de plus en plus dans la lutte pour leurs droits et pour de meilleures conditions de travail ; et, enfin, ils n'avaient pas forcément une vision à long terme en ce qui concernait leur emploi et leur mode de vie ; au contraire des travailleurs américains, la plupart des Britanniques vivaient au jour le jour sans planifier leur futur.

Pour que le développement de la société de consommation soit une réussite en Europe, et spécialement au Royaume-Uni, la coopération entre les différents Etats était essentielle car elle apporterait la paix et l'amélioration des conditions de vie et de travail. Néanmoins, les Américains ont dû baisser leurs attentes de bénéfice, étant donné que les chiffres de la consommation américaine et britannique étaient très différents : en 1950 la consommation au Royaume-Uni avait augmenté seulement de 3% par rapport à 1938, tandis qu'aux Etats-Unis les achats avaient atteint une augmentation de 70% à la même période.¹¹²

¹¹² Zweiniger-Bargielowska, I. (2000). *Austerity in Britain : Rationing, Controls and Consumption, 1939-1955*. NY : Oxford University Press, p.268.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En effet, pour que le Royaume-Uni soit une vitrine de la société de consommation américaine, trois conditions déterminantes étaient sous-entendues dans le Plan Marshall: la fin du mercantilisme traditionnel, l'acceptation des nouveaux marchés et des nouvelles façons de commercialiser, l'abandon des privilèges économiques que le pays maintenait avec ses colonies pour favoriser le commerce entre les Etats-Unis et ces nations et, le renoncement du « mode de vie colonial »¹¹³ qui habitait les Britanniques à différencier les personnes par leur origine, leur classe sociale ou leur couleur de peau.

C'est cette dernière idée, celle de l'égalité entre tout consommateur, qui a été la plus dure à accepter pour les élites britanniques ; la notion américaine d'une « société sans classe sociale » leur apparaissait complètement impossible. Pour cela le pays avait besoin de quatre éléments : l'emploi, la hausse des salaires et l'amélioration des conditions de travail, la diminution de la différence de revenus entre les classes sociales et, le contrôle des principes du Etat-Providence (sécurité sociale, aides au logement, encadrement des loyers et les aides sociales).

L'état britannique voyait dans la société de consommation une manière de consolider et de renforcer les liens avec les Etats-Unis, et vice-versa, mais personne ne pouvait prévoir la durée exacte et les conditions réelles nécessaires pour que ce nouveau modèle économique et social soit véritablement installé au Royaume-Uni. Jusqu'à la fin des années 1950 seulement les grandes entreprises américaines, comme Kodak, Coca-Cola et Ford, étaient incontestablement établies dans le pays, les autres compagnies appréhendaient la stricte et compliquée régularisation, la puissance des syndicats et l'anti-américanisme.

Pour installer un magasin de grande distribution au Royaume-Uni, comme il en existait des milliers dans tous les Etats-Unis, l'entrepreneur allait faire face à une grande difficulté pour trouver un espace aussi grand que les surfaces américaines, devoir payer un loyer exorbitant et variable selon la région du pays, faire face à des complications pour la fabrication et la distribution des nouveaux produits. Pour avoir des produits frais tous les jours, déjà pesés, nettoyés et emballés, les grandes surfaces avaient besoin de relations très proches et durables avec les producteurs, ce qui était un peu plus compliqué avec les agriculteurs britanniques qu'avec les agriculteurs américains. On peut dire que tout cela était le résultat d'une

¹¹³ De Grazia, V. (2006). *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*. NY : Belknap Press. p. 356.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

agriculture moins riche et moins développée qu'aux Etats-Unis, les exploitations britanniques étaient plus petites et plus anciennes que les américaines, le climat était plus rigide et les techniques plus anciennes.

Même si le consommateur britannique était beaucoup plus habitué au modèle américain de consommation que les autres consommateurs européens, la consommation au Royaume-Uni et aux Etats-Unis restait différente. En 1958 les Américains dépensaient environ 95% de leur budget alimentaire dans des grandes surfaces, tandis que les Britanniques étaient encore 30% à faire leurs courses dans les petites superettes de quartier¹¹⁴ ; la sortie hebdomadaire des familles pour s'approvisionner pour la semaine était devenue un symbole de la nouvelle « société de consommation ».

Le symbole ultime de consommation et de « liberté » était la famille et la maison, là où tous les achats devenaient plus que de simples produits, mais de véritables apologues à « l'américanisation » de la culture britannique.

Le symbole le plus tangible du *American Way of Life* était la maison, l'endroit où la famille était en sécurité et où les valeurs démocratiques étaient les plus valorisées et représentées. Il n'a pas fallu beaucoup de temps pour que cette image remarquable de la « vie parfaite à l'américaine » soit utilisée dans la bataille politique de la Guerre Froide. Un exemple frappant de cette utilisation politique de la maison et de tout ce qu'elle représentait pour les Américains de l'après-guerre était la présence du vice-président Richard Nixon à l'Exposition Américaine de Moscou en 1959. Pour l'événement, une « maison modèle » était exposée pour démontrer à quel point les Etats-Unis étaient puissants et comment la démocratie pouvait favoriser tout un pays : la maison exposée n'était pas une grande villa, mais une maison « californienne » toute équipée- la maison la plus populaire parmi la classe moyenne- et qui était accessible « à tout ouvrier américain » selon Nixon.

Ce qui fait de cette exposition un exemple aussi frappant de l'utilisation politique des banlieues de rêve qui fleurissaient dans tout les Etats-Unis était une discussion entre Richard Nixon et le dirigeant de l'URSS Nikita Khrushchev, une discussion connue comme le *kitchen debate*. « Commençons par certaines choses qui sont aujourd'hui exposées », Nixon lança le

¹¹⁴ Bowlby, R. (2000). *Carried Away : The Invention of Modern Shopping*. NY : Columbia University Press, p.348.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

débat : « Vous verrez une maison, une voiture, une télévision– les modèles les plus modernes que nous fabriquons- qui sont accessibles à des millions de nos ouvriers, et pas seulement aux plus aisés. Comme vous le savez, nos métallurgistes sont en grève, mais ils peuvent tous accéder à la propriété ; ils sont payés 3 dollars par heure, cette maison coute environ 100 dollars par mois pendant trente années. » Khrushchev répondit : « Nous avons des ouvriers et des paysans qui peuvent également payer \$ 14,000 pour une maison ». Mais pour Nixon il ne s'agissait pas que d'acheter une maison, mais de consolider et représenter un mode de vie, ainsi que le capitalisme.

Le cadre de référence de Richard Nixon était la famille traditionnelle américaine, « Il y a 44 millions des familles aux Etats-Unis. 25% d'entre-elles habitent dans des maisons ou des appartements. Trente et un millions de ces familles sont propriétaires. Les familles américaines possèdent un total de cinquante-six millions de voitures, cinquante millions de télévisions et cent quarante-trois millions de radios. Et elles achètent en moyenne neuf robes et costumes et quatorze paires de chaussures par an et par famille. »¹¹⁵

Nixon décrivit alors les autres « miracles » de la technologie domestique. En montrant une télévision, il dit : « Nous pouvons également voir sur le reflet de l'écran tout ce que se passe dans les autres pièces de la maison ». Khrushchev se moqua de cette obsession des Américains pour les nouvelles technologies en demandant si une machine qui mâche la nourriture à la place de l'homme n'avait pas encore été inventée. Le leader soviétique continua en affirmant que dans son pays une personne n'avait pas besoin d'argent pour devenir propriétaire d'une maison, mais juste être né dans l'URSS. Selon lui, les américains étaient des esclaves du capitalisme. Le débat entre Nixon et Khrushchev était, finalement, un débat de métaphores, d'images et de valeurs nationales, mais la consommation, la maison et la famille étaient leur principal intérêt pendant cette discussion.

D'après Nixon, l'idéal de la propriété dans une banlieue nouvelle et agréable apprivoisait deux des forces potentiellement perturbatrices du pays : les femmes et les ouvriers. Avec les nouvelles maisons, toutes équipées et accessibles à tous, la consommation et la valorisation du travail et de la famille étaient assurées. La maison était la représentation optimale de la

¹¹⁵ May, E. T. (1999). *Homeward Bound : American Families in the Cold War Era*. NY : Basic Books. p.155.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

capacité de consommation d'une famille, la femme serait comblée avec toutes les nouvelles technologies qui faciliteraient ses tâches domestiques et l'homme satisfait de pouvoir assurer une vie meilleure à sa famille. Pour ceux qui, comme Nixon, croyait que l'optimisme économique était essentiel pour maintenir le système de libre entreprise fort et stable, il y avait de quoi se réjouir : entre 1947 et 1961 le nombre de familles américaines avait augmenté de 28%, le revenu national s'est développé de 60% et le nombre de familles avec des hauts revenus a doublé.¹¹⁶

La principale différence avec les autres périodes marquées par la prospérité était que dans les années 1950 la population était prête à dépenser et à développer la société de consommation ; le désir d'acheter était beaucoup plus grand que le désir d'économiser pour de possibles temps de crise. Cela ne signifiait pas que la sécurité et la garantie de l'avenir n'était pas importantes, au contraire, c'était le signe que la population était plus confiante que jamais dans cet avenir – même si un tiers de la population américaine vivait encore dans la pauvreté. La hausse des revenus et de la qualité de vie de la classe ouvrière et, surtout, de la classe moyenne, ainsi que des mesures prises par le gouvernement –comme le *G.I. Bill*- encourageaient les Américains à investir dans la propriété et dans les biens de consommation. Pendant les années de l'après-guerre, la maison, la famille et la société de consommation étaient considérées comme la meilleure manière possible d'assurer son avenir.

Plutôt que d'acheter pour soi-même, les Américains préféraient dépenser leur argent pour la maison ou pour toute la famille : dans les cinq années qui suivirent la Seconde Guerre Mondiale la consommation de produits personnels avait augmenté de 60%, tandis les achats pour la maison et la famille avaient augmenté de 240%; la consommation des aliments surgelés ou en boîte a augmenté de 33% et celle des vêtements, 20%. Entre 1935 et 1950 les revenus des Américains avaient augmenté de 50%, mais cette hausse n'était pas répartie de manière égalitaire entre les différents biens de consommation : les dépenses en alimentation avaient augmenté de 30%, celles pour l'habillement de 53%, pour des produits de beauté de 69% et celles pour l'éducation des enfants, de 73%. Néanmoins, ces augmentations n'étaient pas aussi extraordinaires que celles liées à la maison et à la famille, comme les loisirs (185%)

¹¹⁶ Idem 75. p.157.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

et les voitures (205%) : au début des années 1950, les Américains avaient acheté 21,4 millions d'automobiles, 20 millions de réfrigérateurs, 5,5 millions de fours, 11.6 de téléviseurs et 1 million de nouvelles maisons par an. La même tendance s'étalait pendant toute la décennie¹¹⁷

Les nouvelles banlieues étaient l'endroit idéal pour accueillir toutes ces familles extrêmement consuméristes. Dans l'analyse psychologique des consommateurs américains réalisée par George Katona en 1960 il semble clair que les familles, même celles des classes les plus démunies, avaient une grande conformité en ce qui concernait leurs attitudes consuméristes. Les achats reflétaient les valeurs familiales de ce qui était la « vie parfaite » tant recherchée par les Américains :

« L'impact des banlieues sur la consommation ne peut pas être minimisé. Les jeunes choisissaient de se marier de plus en plus tôt, d'avoir plusieurs enfants et d'habiter dans les banlieues agréables, d'avoir une ou deux voitures, des machines à laver, des réfrigérateurs, des télévisions et beaucoup d'autres appareils en même temps. Leurs dépenses étaient définies en conséquence de leurs envies. »¹¹⁸

Le pragmatisme et l'enrichissement des familles étaient la clé du succès de la société de consommation les nouveaux comforts renforçaient encore plus la vie en famille et, en conséquence, les rôles traditionnels des femmes et des hommes. En effet, si la grande majorité des femmes blanches et des classes supérieures étaient des femmes au foyer qui dépendaient financièrement de leurs maris, néanmoins, c'était elles qui décidaient des achats familiaux.

Selon Elaine T. May, des sondages auprès des familles montraient que les femmes ainsi que les hommes considéraient que la place d'une mère était à la maison et qu'elle ne devrait pas travailler : selon ces sondages la majorité des Américains pensaient que les femmes au foyer profitaient beaucoup plus de la vie et de leurs familles que les femmes qui travaillaient. Cependant, dans certaines circonstances, le travail féminin était accepté et même encouragé – à condition de ne pas diminuer l'autorité de l'homme dans la sphère familiale- par exemple, si le couple n'avait pas une situation financière qui lui permettait de se marier et de fonder une famille, la femme était plus qu'incitée à travailler pour lui permettre de se marier le plus

¹¹⁷ Breines, W. (1992). *White and Miserable: Growing Up Female in the Fifties*. Boston : Beacon Press. p. 158.

¹¹⁸ Katona, G. (1960). *The Powerful Consumer: Psychological Studies of the American Society*. NY : McGraw-Hill. p. 27.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

rapidement possible. On comprend pourquoi Nixon liait constamment les mots « femme au foyer » et « femme » aux produits exposés à Moscou.

En réponse à toutes ces incitations à consommer de plus en plus, beaucoup des femmes décidaient de travailler à temps partiel pour pouvoir offrir à leurs familles les produits les plus innovateurs et les comforts les plus indispensables de l'époque. L'importance économique du rôle de « femme au foyer » ne peut donc, être réduite, les femmes étaient les principales cibles de cette société de consommation. Presque toute l'augmentation de la production nationale américaine brute des années 1950 était le résultat de la consommation des familles.

Cette incroyable valorisation nationale des familles, des maisons et de la consommation était la meilleure publicité pour le pays et pour l'*American Way of Life*, l'image idéale de la « famille parfaite » et de la « femme parfaite » était une arme très puissante dans la bataille publicitaire entre les Etats-Unis et l'URSS pendant la guerre froide : les femmes avec leur chariot dans les centres commerciaux étaient autant utilisées que les images des soldats dans les annonces patriotiques.

Certainement les consommateurs étaient préoccupés pour l'avenir de leurs familles. Pendant les années de guerre une enquête réalisée par une banque indiquait que 43% des clients était anxieux à dépenser leur argent en « nécessités futures » et que la moitié de ces clients considéraient ces nécessités obligatoirement liées à la maison et à la vie de famille. Les architectes des nouvelles banlieues aidaient à concrétiser ces nécessités en construisant les dites maisons « de rêve », qui foisonnaient dans ces nouveaux quartiers destinés aux classes supérieures. Quand on leur demandait quels produits ils espéraient pouvoir acheter après la guerre, les Américains répondaient systématiquement : des machines à laver, des fours, des aspirateurs, des réfrigérateurs, des radios et des radiateurs à eau chaude.

Toutes ces envies de biens de consommation représentaient beaucoup plus qu'un simple désir pour le luxe, mais la nécessité pour de nouvelles maisons était un réel problème pendant les années de l'après-guerre. Les soldats qui revenaient de la guerre avaient besoin de 100 millions de dollars en constructions de logements : en 1945, 98% des grandes villes américaines souffraient d'une vraie pénurie de maisons et d'appartements. L'industrie du logement connaissait alors une croissance jamais vue, cependant, la propriété n'était pas

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

accessible à tous. Comme résultat, seules les maisons familiales dans les nouvelles banlieues connaissaient un grand succès, laissant les appartements en centre-ville aux familles les plus démunies.

A partir de 1944 la loi *G.I.Bill* fournissait aux soldats blancs démobilisés de la guerre le financement de leurs études universitaires ainsi qu'une année d'assurance chômage et des différents types de prêts pour pouvoir acheter un logement ou démarrer une entreprise : il était possible d'acheter une maison in Levittown, NY, pour \$56 par mois pendant trente années. En 1944 le pays comptait 114 millions de maisons, en 1950 ce chiffre était passé à 1. 692.000. Beaucoup pensaient que la vie dans les banlieues était la meilleure manière d'éviter tout conflit au travail et au sein de la famille- ce qui était considéré comme le moyen idéal pour éviter le développement du communisme entre les Américains. Entre 1950 et 1970 la population des banlieues –une population blanche et aisée- avait doublé de 36 millions à 74 millions des personnes. Même si ces nouveaux quartiers étaient exclusivement destinés aux blancs, ils étaient accessibles aux classes moyennes et aux classes supérieures, ces maisons représentaient la démocratie et le capitalisme que Nixon exaltait tant à Moscou lors de l'Exposition Américaine. Renforçant ce que Nixon disait sur le désir des Américains pour les nouveautés et la modernité, leur envie constante de nouvelles technologies leur faisait acheter de plus en plus et de plus en plus souvent.

Les politiques menées par le gouvernement cherchaient à diminuer les différences sociales entre blancs, mais elles renforçaient un mode de vie et un modèle familial fondé sur les rôles traditionnels des hommes et des femmes et sur une image « parfaite » des familles nombreuses dans leurs maisons toutes équipées et « super modernes ». Les nouvelles technologies facilitaient le quotidien des femmes au foyer, mais pas pour leur donner plus de temps libre, mais pour que les femmes soient plus performantes dans leurs tâches domestiques et pour leur donner plus de temps libre avec les enfants. La vie familiale tournait autour de la maison.

La démonstration la plus évidente du désir et de la capacité du public à acheter les nouveaux produits était l'industrie de la publicité. Des familles étaient constamment stimulées pour consommer de plus en plus. Les Américains étaient fascinés par cette nouvelle société où presque toutes les nouvelles technologies étaient disponibles à tout le monde; « demain » et

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« le futur » étaient des expressions utilisées inlassablement dans les publicités pour toutes sortes de produits, d'un simple aspirateur à une superbe voiture toute équipée.

La population était ravie par ces nouveaux produits, ces tissus faciles-à-nettoyer en passant par cette nourriture surgelée et en boîte et par ces nouvelles technologies, comme les nombreux nouveaux appareils domestiques. Pendant l'après-guerre l'industrie américaine se reconstruisait et les familles considéraient que consommer était leur « devoir patriotique », leur constante quête pour de nouveaux produits était la contribution de la société à la consolidation du nouvel *American Way of Life*.

L'après-guerre a été défini par Michael Kammen comme la période de transition entre l'ère de la culture populaire et l'ère de la culture de masse :

« Des milliers de personnes dans un parc d'attractions en opposition à des dizaines de millions de téléspectateurs devant leur télévisions pour regarder la finale du Super Bowl en Janvier (...) La culture populaire est plus participative, interactive, tandis que la culture de masse incite à la passivité et à l'apathie, ainsi qu'à la privatisation de la culture »¹¹⁹

En outre, Kammen démontre non seulement que la consommation augmentait, mais qu'elle devenait standardisée : en 1939 les Etats-Unis comptaient 3.900 supermarchés, tandis qu'en 1944 ils étaient plus de 16.000. La culture n'était plus uniquement représentée par une élite intellectuelle, elle était désormais populaire et disponible au grand public. L'économie devenait de plus en plus forte, diversifiée et le mode de vie de la population reflétait ceci : ces changements étaient particulièrement perceptibles dans la mode, dans la croissance technologique et industrielle. Les ordinateurs, la radio, la machine à laver, l'aspirateur et les micro-ondes devenaient de plus en plus populaires et la plupart d'entre eux étaient très accessibles. L'appareil ménager le plus populaire était de loin la télévision, développée dans les années 1930, la télévision était l'équipement indispensable dans la maison et dans la vie des familles des années 1950.

Dans *Deliberate Speed*¹²⁰, W.T. Jr. de Lhamon étudie cette culture et affirme que la décennie n'était pas une lacune dans l'histoire culturelle du pays et défend l'idée que les années 1950

¹¹⁹ Kammen, M. (1999). *American Culture, American Tastes: Social Change and the Twentieth Century*. NY : Knopf, p. 21.

¹²⁰ Lhamon, W. T. Jr. (1998). *Deliberate Speed: The Origins of a Cultural Style in the American 1950's*. Washington DC : Smithsonian Institute Press.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

étaient très vivantes, avec de nouveaux codes et modèles de comportement. L'auteur rejette l'image conformiste et parfois-même un peu ennuyeuse de la décennie. Selon Lhamon, des films comme *Rebel without a Cause*, la musique d'Elvis Presley et des romans comme celui de Jack Kerouac, *On the Road*, n'étaient pas des expressions culturelles rares d'une société impassible, mais constituaient, avec les aliments surgelés, les millions de kilomètres de nouvelles autoroutes et les innombrables centres commerciaux, des évidences de l'évolution de la « culture orale et populaire » à la « culture de masse ».

« Les traditions, qui avant se passaient de génération à génération par les grands parents ou à travers les livres, sont désormais transmises par la télévision, la radio, les séries et les parcs d'attractions. Plutôt que créer leurs traditions, les Américains des années 1950 préféraient les acheter et les consommer. »¹²¹

Le fait que la culture populaire des années 1950 se diffusait de manière très rapide à travers la musique, la télévision, la radio et les restaurants fast-food par exemple, ne signifiait pas qu'elle n'était pas vraie ou authentique, mais que les moyens de la diffuser étaient aussi nouveaux et innovants que la culture elle-même. Dans son article, *The Power of Culture : Critical Essays in American History*, Robert Westbrook¹²² suggère que les années 1950 étaient une période cruciale dans la transformation culturelle américaine, selon lui, les relations entre la population et le pays ne se faisaient désormais que par la consommation. Cette consommation était valorisée et encouragée par tous les moyens possibles mais les médias, et surtout les magazines féminins, étaient les meilleurs instruments pour diffuser de nombreux messages subliminaux : les lectrices étaient constamment poussées à acheter, mais en même temps à faire attention au budget familial, à vouloir accéder aux classes sociales encore plus élevées, mais aussi elles étaient poussées à respecter les limites, à respecter la diversité raciale des américains, mais toujours en renforçant le mode de vie des blancs de ces classes supérieures.

Comme les femmes étaient par évidence la grande majorité des consommateurs qui consolidaient cette société d'affluence, les industriels voyaient dans les magazines féminins la

¹²¹ Op.cit. 76, p.9.

¹²² Westbrook, R. B. (1993). *Fighting for the American Family : Private Interests and Political Obligation in World War II. The Power of Culture : Critical Essays in American History*. Ed. Richard Wightman Fox et T.J.Jackson Lears, Chicago : University of Chicago Press.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

manière la plus directe et rapide de stimuler le public féminin à la consommation. Les magazines féminins devenaient alors un instrument de représentation et de diffusion des valeurs et des idéologies de l'époque, un instrument fondamental qui rentrait dans des millions des maisons chaque semaine : les femmes courraient acheter les nouvelles parutions toutes les semaines, ces publications étaient plus populaires que les séries télévisées.

Dans son ouvrage, *The Way We Never Were*¹²³, Stephanie Coontz affirme que le nombre de publicités a augmenté de 400% entre 1945 et 1960 et que l'objectif de ces annonces était de diffuser l'idée que consommer était un moyen d'atteindre le bonheur. Toujours selon Coontz, patriotisme, liberté et consommation devenaient des concepts interdépendants, en constante évolution. Même si la décennie a introduit de nouveaux éléments d'hédonisme et de matérialisme dans la culture populaire américaine et britannique, les années 1950 ont su « contrôler » ces principes grâce à leur association systématique à la vie familiale et à l'idée de « l'être ensemble »¹²⁴.

La notion que la consommation et la culture de masse étaient la clé du bonheur était un des principaux fondements de l'American *Way of Life*, les personnes étaient appréciées selon leur classe sociale et leur pouvoir d'achat. L'utopie de la « vie parfaite » était tellement intrinsèque à cette société que les familles valorisaient plus leur image que leur vrai statut social. « Le ciel est la limite », « pourquoi se contenter de ce que l'on a si on peut avoir meilleur ? », « la seule limite est l'imagination », la société de consommation insistait sur le fait que les produits, les technologies, les émotions, l'image, la « perfection » autant recherchés étaient à vendre et que c'était seulement à travers la consommation que les familles pouvaient atteindre le niveau de vie espéré par tous. En conséquence, beaucoup de personnes croyaient que la liberté n'était pas de pouvoir choisir une chose plutôt qu'une autre, mais de choisir tout en même temps, l'illusion et la réalité se mélangeaient, ainsi que les biens matériels et les personnes, l'individuel et le collectif.

¹²³ Coontz, S. (1992). *The Way We Never Were: American Families and the Nostalgia Trap*. NY : Basic Books.

¹²⁴ «Togetherness» en anglais

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

1.3.3. Royaume-Uni et Etats-Unis : différentes manières de consommer

Cachée derrière cette image joyeuse de consommateurs modernes et satisfaits se cachait la peur de ne pas s'adapter à une société qui était entièrement fondée sur la « famille parfaite », la « femme parfaite » et « la maison parfaite ». L'impulsion de toujours acheter de plus en plus ne faisait que grandir et la satisfaction matérielle et psychologique, n'était jamais atteinte. En réalité, la valeur d'une personne ou d'une famille était dictée par son image et par son pouvoir d'achat, la quête frénétique pour de nouveaux produits était constante.

Parallèlement, pendant ces années de croissance, une critique virulente de la publicité et la consommation excessive se diffusait largement. Des romans célèbres et des films comme *The Hucksters* (1947) et *The Man in the Gray Flannel Suit* (1956) présentaient les publicitaires comme des hommes froids, manipulateurs, indifférents aux valeurs morales et familiales, parfaitement symptomatiques des dysfonctionnements sociaux, voire nationaux. Vendre, *selling out*, ne désignait pas un effort de vente couronné de succès, mais une perte des principes moraux d'intégrité pour satisfaire des besoins matériels. Des courants de l'art, de la science-fiction et de la psychologie populaire des années 1950 produisaient des visions identiques dans lesquelles un peuple matérialiste et manipulé semblait dans un désert spirituel.

La Seconde Guerre mondiale a permis aux Etats-Unis de sortir de la crise, de restaurer une capacité de production assurant une consommation florissante, et d'amplifier l'identification entre le pays et les produits de consommation de masse. Pendant la guerre, dans différents lieux en Europe et spécialement au Royaume-Uni, les soldats diffusaient la mode des blue-jeans et les goûts pour le chewing-gum et les cigarettes américaines. La radio des forces armées rendait la musique américaine populaire et les usines de Coca-Cola avançaient avec les troupes, aidant à la stimulation des soldats et à la préparation des futurs consommateurs.

L'*America's Advertising Council*, composé des principales agences de publicité, publiait en 1948 un ouvrage intitulé *Advertising : A New Weapon in the World Wide Fight for Freedom*. Distribué dans le monde par les bons soins du Département d'État, il présentait les techniques publicitaires américaines comme essentielles pour stimuler la demande des consommateurs et, en conséquence, la reprise de la production dans le monde entier. Les échanges culturels en

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Europe dans les années 1950 témoignaient de cette centralité des produits de consommation de masse dans la bataille américaine contre le communisme. Au cours de l'Exposition internationale et universelle de Bruxelles en 1958, le pavillon américain exposait des lave-linges, des lave-vaisselles, un catalogue *Sears & Roebuck* et des plats congelés, ainsi que des studios de télévision et d'enregistrement. Katherine Howard, une éminente activiste républicaine responsable de l'exposition, proclamait alors que les cuisines modernes constituaient l'arme la plus efficace dans la bataille psychologique pour la liberté. Le magazine *Vogue*, qui organisait un défilé de mode chaque jour au centre du bâtiment central, présentait « le style de l'Amérique jeune » avec des jeans, des tee-shirts et des baskets. Le message était simple : les femmes américaines profitaient déjà des loisirs et avaient accès à des vêtements bon marché. Elles pouvaient facilement passer d'un rôle social à l'autre en changeant tout simplement de vêtements

Au Royaume-Uni la société de consommation et le pouvoir des femmes –entant que consommatrices- étaient aussi un trait très marquant de la culture de l'après-guerre ; dès 1951 un « comité consultatif des femmes », le WAC (*Women's Advisory Committee*), a été organisé pour garantir les intérêts des familles et des femmes au foyer parmi tous les nouveaux produits qui paraissaient chaque jour. Ce comité répondait à l'attention grandissante donnée à la consommation, à la famille et aux femmes à partir des années de guerre et à la nécessité d'améliorer la qualité des produits vendus, pour la satisfaction des clients britanniques et aussi pour favoriser l'exportation et, ainsi, l'économie nationale. Le « comité consultatif des femmes » traquait les produits trop coûteux, trop technologiques et pas assez utiles du marché dans le but de faciliter le choix des familles lorsqu'elles étaient confrontées à une infinité de nouveaux produits, pas toujours vraiment nécessaires et parfois considérés comme superflus. Pour cela, un label d'approbation par des organisations comme le *Good Housekeeping Institute* (GHI), et la *Retail Trading Standards Association* (RTSA), a été développé afin de divulguer les produits qui allaient aider l'économie nationale, favoriser l'expansion de la société d'affluence et faciliter le quotidien des familles : réfrigérateurs, radios, fours, appareils électroniques de toutes sortes et même voitures. A travers ces produits les dépenses nationales

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

passèrent de £189 millions à £1,268 millions dans les dix années après 1945¹²⁵. Au XIX^{ème} siècle ces produits étaient vus comme superflus, mais à partir de 1945 ils étaient considérés comme « indispensables », « habituels » et « communs ».

Selon Matthew Hilton¹²⁶ le nombre très réduit des recherches scientifiques autour du consumérisme britannique de l'après-guerre a incité l'apparition des diverses idées préconçues et des malentendus sur le sujet. L'idée la plus répandue est que la consommation et la société d'affluence britannique, même européenne, était une simple copie de son « modèle » américain, mais cette analyse néglige la complexité du consumérisme américain et les spécificités de la société britannique, qui a subi un nombre incroyable de changements et des transformations depuis les années 1930. Le consumérisme britannique de l'après-guerre était donc dominé par les associations qui essayaient de défendre les intérêts des consommateurs en veillant à la qualité et aux prix des produits, néanmoins, ces associations n'étaient pas en accord avec les désirs et les nécessités de la population. Les produits considérés comme « superflus », les vêtements, les bijoux, le vin, et tout autre bien de « luxe », étaient jugés comme inutiles et leur achat considéré comme du gaspillage. Ce système fondé sur l'approbation et l'analyse des groupes associatifs s'éloignait de plus en plus du public qui était lui impatient de bénéficier de la société d'affluence qui arrivait au Royaume-Uni : la population était ravie d'enfin pouvoir profiter des comforts et des petits « luxes » après des années de guerre et de privations. Effectivement, l'*American Way of Life* avait une influence énorme sur les Britanniques, qui étaient impatients de pouvoir profiter du même style de vie que les Américains.

Si le système traditionnel de consommation n'a pas réussi à comprendre la mentalité de la « nouvelle » société britannique, un autre système était en train d'apparaître. Les femmes au foyer des classes supérieures désiraient être la « véritable voix » des consommateurs et pour cela elles étaient prêtes à s'éloigner des associations dites « officielles ». Le « Conseil national des femmes », créé en 1895, se battait depuis longtemps pour radier la discrimination contre les femmes, pour l'égalité entre les sexes et, surtout pendant les années 1950 et 1960,

¹²⁵ Mitchell, B.R., Deane, P. (1962). *Abstract of British Historical Statistics*. Cambridge : Cambridge University Press, p. 371.

¹²⁶ Hilton, M. (2003). *Consumerism in 20th-Century Britain : The Search for a Historical Movement*. Cambridge Cambridge University Press. p. 169.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

pour encourager les femmes à sortir de leurs maisons et à jouer un rôle plus important que « femme au foyer » dans la société britannique. Selon Martin Pugh¹²⁷, les problèmes liés aux familles et au rationnement de nourriture pendant les années de guerre avaient transformé les femmes britanniques ; elles devenaient de plus en plus impliquées dans la politique, à tel point que les magazines féminins commençaient à diffuser des publicités politiques dans leurs parutions. Comme aux Etats-Unis, la consommation en masse et « l'être ensemble » étaient des valeurs très fortes pendant les années 1950 et 1960, la famille et la maison représentaient la « vie parfaite » que les Américains et les Britanniques de l'après-guerre cherchaient tellement.

Comme résultat, l'Institution britannique des normes (BSI) a confirmé son engagement envers les groupes féminins qui contribuaient à consolider le consumérisme et à faire écouter les droits et revendications des femmes en tant que consommatrices. L'officialisation du « Conseil national des femmes » par la BSI, et des autres groupes des femmes « non-féministes » a augmenté considérablement le nombre des membres de l'association : ces femmes ne voulaient plus être considérées comme « femmes au foyer », mais comme des citoyens patriotiques qui veillaient sur les droits des familles. Elles testaient des fours, des draps et des couvertures, les étiquettes et les vêtements destinés aux enfants ; vérifiaient les projets des nouvelles normes et la durée des produits, ainsi que démontraient leurs résultats dans des conférences et séminaires publics. Ces associations féminines comme le « Comité consultatif des femmes » (WAC) et le « Conseil national des femmes » voyaient les femmes comme des consommatrices intelligentes, sensibles et responsables, qui savaient choisir les meilleurs produits pour le bien-être de leurs familles et considéraient que les intérêts des consommateurs devaient passer avant ceux des industriels. Les femmes étaient invitées à « bien choisir », à « bien regarder avant de choisir » à « acheter malin » et, surtout, à « acheter intelligemment »¹²⁸.

¹²⁷ Pugh, M. (1992). *Women and the Women's Movement in Britain 1914-1959*. London : Macmillan. p.290.

¹²⁸ BSI, *Look Before you Buy : Report on the Conference of Women's Organisations*, Wolverhampton, 5 Avril 1960 ; BSI, *Buy Wisely- Buy Well : Report on the Conference of Women's Organisations*, Sunderland, 24 Janvier 1961 ; BSI, *Look Before you Buy : Report on the Conference of Women's Organisations*, Portsmouth, 19 Octobre 1961.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Même attaquées par des critiques qui disaient que les membres de ces associations n'avaient pas les compétences requises pour évaluer des produits industriels, ces femmes n'ont pas abandonné leur cause et continuaient leur devoir de manière complètement bénévole. Pendant les années 1950 et 1960 les organisations des femmes ont maintenu leur statut « d'amatrices », tandis qu'à partir des années 1970 ces associations devenaient de plus en plus professionnelles. Leurs actions pendant les années de l'après-guerre étaient vues comme suffisantes pour assurer la bonne qualité des produits britanniques et pour élever la femme au rang de principal consommateur et décisionnaire dans cette société de consommation.

Une autre association qui a marqué l'histoire du consumérisme britannique de l'après-guerre était l'Association des consommateurs (CA). Créée en 1953 par Dorothy Goodman, une jeune américaine, mariée à un homme d'affaires britannique, qui cherchait un organisme pouvant aider les jeunes couples dans leurs achats de leur première maison, une association équivalente au Syndicat des consommateurs américain. Cette association était une organisation non-lucrative qui réunissait des jeunes qui travaillaient de manière non-professionnelle, mais très durement pour garantir les intérêts et les droits des consommateurs. En 1957 leur travail atteignait une telle dimension qu'un magazine a été lancé, le magazine indépendant *Wich ?*, et qui allait devenir la principale publication de conseils, informations et défense des consommateurs du pays.

Actuellement le nombre de recherches sur la « société d'abondance » britannique reste très limité.¹²⁹ Très peu de chercheurs se sont intéressés aux spécificités culturelles, économiques et sociales de cette génération née pendant les années de guerre et qui voyait avec beaucoup d'optimisme et de respect les associations de consommateurs comme la CA. De la même manière que le *Labour Party* voyait dans le future le développement du *Welfare State*, les consommateurs voyaient les années 1950 et 1960 comme une ère où l'économie et la consommation seraient organisées de manière à respecter leurs droits et leurs intérêts.

Avec le soutien et l'aide financière de diverses personnalités importantes de la société britannique, des personnes de différents domaines professionnels, du Syndicat américain des

¹²⁹ Hilton, M. (2003). *Consumerism in 20th-Century Britain : The Search for a Historical Movement*. Cambridge Cambridge University Press. p. 196.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

consommateurs, des associations féminines et même de l'Institution britannique des normes (BSI) l'Association des consommateurs se diffusait et se développait de plus en plus.

Influencés par les critiques du consumérisme américain et ses implications sociales et culturelles, les membres de la CA se focalisaient ainsi sur les effets politiques et culturels de la société de consommation. Ils devraient établir des tests comparatifs entre les différentes marques, les divers prix et les qualités changeantes des produits, les lecteurs de *Which ?* cherchaient des informations pour prendre la meilleure décision concernant leurs futurs achats. Les membres de la CA, ainsi que les consommateurs les plus conscients, considéraient le consumérisme comme une « compétition » entre les industriels et le public, le consommateur serait donc le garant d'un capitalisme plus juste et responsable. Cette envie de transparence et de responsabilité dans la mentalité des industriels et des publicitaires, ainsi que d'autonomie et de liberté dans l'idéologie consuméristes du public, est souvent défini comme le « mouvement des consommateurs britanniques » des années 1950 et 1960.

Il est évident que la vision de l'Association des consommateurs d'un consumérisme responsable et autonome était très largement répandue dans le pays. A la fin des années 1960 le nombre des membres de la CA et les lecteurs de *Which ?* s'élevait à plus d'un demi-million. Malgré l'engagement national dans ce « mouvement des consommateurs britanniques », l'association est toujours restée apolitique, indépendante et non-professionnelle. Une analyse des membres de la CA montrait que leurs profils étaient les mêmes durant les deux décennies de 1950 et 1960 : ils appartenaient aux classes supérieures, travaillaient dans les domaines le plus prestigieux- des avocats, des médecins, des ingénieurs, ou encore des professeurs – un peu plus de la moitié d'entre eux étaient des hommes et ils lisaient également des publications comme *The Times*, *The Daily Telegraph*, *The Manchester Guardian*, *The Daily Mail*, *The Spectator* et *The Economist*.

Dans le contexte de la société d'affluence et du consumérisme de masse, le public britannique espérait une réaction immédiate du Parlement et des interventions directes du gouvernement pour garantir les intérêts des consommateurs. Ces interventions se concrétisaient dans la forme de diverses lois et opérations qui étaient mises en place pour certifier la sécurité et le respect du consommateur : les relations complexes entre le *Welfare*

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

State, le citoyen et la consommation étaient une des principales caractéristiques de la « société d'affluence » britannique. Tandis qu'aux Etats-Unis le consommateur était valorisé et considéré comme un élément essentiel pour le développement de l'*American Way of Life*, au Royaume-Uni le public était considéré comme « manipulable », ainsi, les institutions qui défendaient leurs droits avaient une vraie difficulté à se faire une place dans l'Etat-providence.

En revendiquant ses droits de consommer ou d'avoir accès à la consommation, le public voyait ses aspirations rejoindre celles du capitaliste. Le culte de la consommation progressivement s'apparentait au culte d'une civilisation : une société serait civilisée à partir du moment où elle développerait des biens matériels ou des services immatériels qui deviennent utiles pour leur simple utilisation. La consommation ou son accès était devenu le fond de la démocratie de marché.

Il semble évident que l'*Américan Way of Life* se transformait petit à petit en *Universal Way of Life* à travers la mondialisation et la globalisation (au moins parmi les pays occidentaux). On peut affirmer que la fascination envers les objets dits « de luxe » qui représentaient la consommation ostentatoire observée parmi les classes sociales supérieures –aux Etats-Unis et au Royaume-Uni-, engendrait une consommation constante à l'échelle des masses. Les consommateurs désiraient des biens matériels pour accéder à une image ; il est certain que face à la désocialisation et à la perte du lien social, l'acte d'acheter devenait pour beaucoup un acte d'identification.

La domination du modèle de consommation de masse diffusé par les médias comme la « consommation parfaite » et « patriotique » était, certes, moins importante qu'aux Etats-Unis, mais elle était un élément très présent dans la mentalité britannique des années 1950 et 1960. Pour l'optimisation maximale de cette consommation de masse, il était essentiel de bien comprendre les besoins et les désirs du public. Pour cela, le Royaume-Uni devrait investir dans les « recherches psychologiques » sur sa population et lier ses résultats aux projets publicitaires des marques. Leur tâche était de bien cerner les nécessités et les souhaits des consommateurs pour bien cibler leur publicités, mais surtout, d'identifier quels produits correspondaient plus aux vrais désirs de la population. Pour Peter Miller et Nikolas Rose :

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Une fois que les nécessités étaient identifiées et comprises, l'accès au subconscient des consommateurs était facile...l'objectif était de manipuler les choix et les décisions du consommateur vers les intérêts des industriels et des publicitaires. Suite à la guerre et à la très lourde vague publicitaire pour l'engagement patriotique de la population, ces 'techniques de persuasion' étaient moins agressives, mais la publicité était toujours une façon très facile de façonner la consommation du public avec la nécessité de se comparer avec l'image diffusée. »¹³⁰

Toujours selon Miller et Rose, dans les années qui ont suivi la fin de la guerre une institution était créée pour analyser et renforcer les liens entre les recherches psychologiques et l'industrie de la publicité, cet organisme était l'Institut Tavistock des relations humaines (TIHR). À partir des années 1950 le TIHR était régulièrement approché par divers industriels pour participer au développement et au marketing de leurs produits. Le TIHR travaillait activement avec les agences de publicité responsables du développement des campagnes pour les principaux produits consommés par les Britanniques, comme les chocolats *Cadburys*, les carburants *Shell-Mex and BP*, la bière *Guinness* et les aliments en conserve *Birds Eye*.

Comme aux Etats-Unis, entre le début des années 1950 et la fin des années 1960 un très grand nombre des produits ont envahi les maisons britanniques, dont la télévision, la radio et les magazines féminins. Une nouvelle façon de consommer voyait le jour : les nécessités et envies du public étaient « décryptées » à travers des études sur les comportements psychologiques de la population et les publicités étaient développées tout simplement comme une réponse à ces besoins. Également comme le consumérisme américain, cette consommation de masse incitait nombreuses critiques et questionnements au Royaume-Uni, mais la plus grande interrogation se portait sur ce que Vance Packard appelait la « persuasion cachée ».

Le recours aux éléments psychologiques des consommateurs était considéré comme essentiel pour le développement de l'industrie nationale car les sondages faits par les industriels montraient que les consommateurs même ne savaient pas identifier clairement leurs envies et nécessités en termes d'achats. Les « experts » dans la psychologie des masses pouvaient

¹³⁰ Miller, P., Rose, N. (1997). Mobilizing the consumer : assembling the subject of consumption, *Theory, Culture & Society*, 14 :1, p. 5.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

identifier les nécessités de la population et poser les bonnes questions pour permettre aux publicités de toucher le plus grand nombre de personnes : « pourquoi les britanniques ont peur des banques ? », « pourquoi raffolent-ils autant des grandes voitures ? », « pourquoi les familles achètent-elles des maisons ? », « pourquoi et comment les hommes fument ? », « pourquoi les femmes sont tellement « accros » aux vêtements et aux produits pour la maison ? », « pourquoi les enfants adorent-ils les céréales croustillant ? », ou encore « pourquoi les hommes rentrent-ils chez les concessionnaires déterminés à acheter une décapotable mais finissent par choisir une voiture familiale ? ».

Un exemple de comment ces « experts » arrivaient à cerner les désirs le plus inconscients des consommateurs et à les utiliser en faveur des industriels et publicitaires était la campagne nationale pour la consommation des glaces pendant l'hiver. Même dans l'intimité de leurs maisons les consommateurs n'étaient pas protégés des messages subliminaux cachés dans les publicités télévisées, diffusées à la radio ou publiées dans les magazines féminins. La technique la plus utilisée pour la compréhension des nécessités des Britanniques était la formation de groupes de discussions entre les industriels, les « experts » et les consommateurs : dans le cas caractéristique de la consommation de glace pendant l'hiver, des groupes des grands acheteurs du produit étaient formés pour parler de la glace en général, pas sur des marques spécifiques ou les différents produits, mais du pourquoi ces personnes aimaient autant la glace. Pendant la discussion les « experts » posaient des questions et prenaient notes des réponses, et analysaient les souhaits -même inconscients- des consommateurs.

En plus du problème matériel que posait la consommation de glaces pendant l'hiver, vu que la très grande majorité des Britanniques ne possédaient pas de congélateur, une question attirait l'attention des psychologues : les femmes au foyer n'acceptaient pas de servir de la glace comme dessert –sauf pour des occasions spéciales- car elles voyaient la glace comme un produit « tout prêt » qui allaient remplacer leurs desserts faits maison. Pour répondre à cette problématique et pour ne pas risquer le « boycott » de la glace par les femmes au foyer, les « experts » ont trouvé la solution dans le développement de la notion de « aliments de réconfort ». Ces aliments étaient vus comme un réconfort après une situation stressante, un

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

chagrin, face à un problème ou pour célébrer une bonne nouvelle. L'objectif de tout cela était :

« La maison était vue comme l'endroit idéal pour la consommation des glaces pendant l'hiver (...) La problématique principale était d'assurer la place permanente de la glace dans les repas des familles britanniques »¹³¹

La glace était considérée comme « l'aliment de réconfort » idéal pour les familles, surtout pour les enfants, car elle rappelait l'allaitement et la relation fusionnelle avec la mère. Au contraire du chocolat –l'aliment de réconfort par excellence- la glace n'était consommée que pendant une période de l'année déterminée et c'est pour cela que la publicité était encore plus importante pour la diffusion de l'idée que la glace était un aliment à consommer toute l'année. Même si les hôpitaux, les cinémas et les cantines servaient de la glace pendant toutes les saisons, la consommation domestique, par les familles, restait restreinte à l'été. En réponse, les industriels cherchaient de plus en plus de nouveautés pour captiver les enfants et leurs familles, les parfums exotiques et les emballages colorés étaient la nouvelle arme des publicitaires pour augmenter leurs ventes pendant toute l'année.

Le rôle des « experts » en psychologie de masse était beaucoup plus compliqué que le simple fait d'élaborer des questionnaires pour les groupes de discussions avec les consommateurs, leur travail était surtout de comprendre la complexité et les spécificités des différents publics : les familles véhiculaient la problématique de la relation entre la mère et les enfants, ainsi que l'inquiétude de la femme au foyer en relation aux produits déjà prêts ; les consommateurs apportaient aussi la question de la culpabilité, de la compensation psychologique par la nourriture et le rôle social des produits qui étaient utilisés pendant des moments de partage.

« La vente devrait ainsi se porter sur beaucoup plus que les caractéristiques superficielles du produit : elle dépendrait finalement de la capacité des fabricants et des publicitaires à former

¹³¹ TIHR .Septembre 1950. Changes in Habits Concerning the Development of Ice Cream as a Food. Doc No. 248. p.1.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

une alliance entre les propriétés offertes par le produit et les besoins, des désirs et les inquiétudes- même inconscientes- du consommateur »¹³²

La signification psychologique de la consommation était un des principaux éléments de la société de consommation britannique de l'après-guerre. Les industriels commençaient à questionner pourquoi les produits des concurrents se vendaient plus que les leurs et l'interprétation des désirs du public devenait des plus en plus indispensable. Pour cela, la différenciation entre les divers types de consommateurs était mise en place, les acheteurs étaient groupés selon leur genre, leur âge et leur classe sociale. Avec cette « classification » des consommateurs, leur interprétation psychologique devenait essentielle.

Un autre exemple très distinct de la « manipulation » des désirs des consommateurs était l'étude réalisée en 1951 par les « experts » de l'Institut Tavistock des relations humaines sur l'attachement des femmes envers leur coiffure, la coiffure appelée « *Pin Up* ». L'étude ne se fondait pas sur quels produits ces femmes utilisaient, mais sur quelle était la signification sociale et psychologique de cette coiffure, ainsi, l'objectif était de comprendre quels étaient les éléments qui poussaient ces femmes à choisir un produit à la place d'un autre et quelles armes publicitaires étaient nécessaires pour sensibiliser le plus ce public. Cette enquête reflétait également l'immense importance de l'apparence dans le monde féminin : avoir une bonne allure représentait son statut social et son acceptation de l'idéalisation de la « femme parfaite ».

Cette recherche a été faite sur des femmes qui n'étaient pas des professionnelles de la coiffure, mais qui étaient suffisamment capables de se coiffer seules. Les « experts » ne s'intéressaient pas forcément à quels produits ces femmes achetaient, mais plutôt à l'importance et au temps qu'elles dédiaient à leurs cheveux, ainsi qu'à leurs inquiétudes et anxiétés en rapport à leur apparence et à leur adéquation à l'image de la « femme parfaite ». Selon ces psychologues, ces femmes souhaitaient des produits efficaces et pratiques, un résultat immédiat, de la facilité et une coiffure qui tenait pendant plusieurs jours, tout cela demandait une stratégie publicitaire bien spécifique : encourager les femmes à se coiffer à

¹³² Miller, P., Rose, N. (1997). Mobilizing the consumer : assembling the subject of consumption, *Theory, Culture & Society*, 14 :1, p. 15.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

domicile et à être elles-mêmes responsables de contrôler la qualité du résultat final. Cependant, les publicités devaient montrer des femmes « normales », des professionnelles, des mères et des femmes au foyer au lieu de mannequins et des actrices.

Malgré cette analyse psychologique et les divers efforts de la part des industriels et des publicitaires visant à la « manipulation » des envies et des nécessités des consommateurs britanniques, l'industrie ne voyait pas le public uniquement comme des consommateurs maitrisables et passifs, à qui des « faux » souhaits pouvaient être imposés. Le succès publicitaire d'un produit dépendait des relations complexes entre le consommateur et le produit, c'est seulement quand les désirs, la mentalité, les habitudes quotidiennes et les réelles nécessités du public étaient déchiffrées que le rôle de « l'expert » psychologique et du publicitaire était vraiment valable et légitime. Pour cela de nouvelles techniques d'interprétation du consommateur furent mises en place au Royaume-Uni pendant les années 1950 et 1960, même si les besoins du public étaient déjà présents avant l'après-guerre : la nouveauté était dans le fait d'interpréter les souhaits et les anxiétés de la population avec des méthodes inédites, comme les « groupes de discussions » et l'analyse psychologique du profil de chaque groupe de consommateur.

Il semble évident que la publicité et la vente prospéraient, pas simplement par les plaisirs que seul un produit déterminé pouvait accorder, mais également par les inévitables mécontentements que le même produit pouvait engendrer : les consommateurs se voyaient dans un cercle vicieux où la quête pour de nouveaux articles était constant. Néanmoins, le plus intéressant reste la compréhension de comment ce système de « fausses nécessités » et de ce que Miller et Rose appellent « l'économie passionnelle » déterminait les relations des consommateurs avec eux-mêmes, leurs familles, leur culture et, surtout, avec la consommation de masse britannique. En réalité, les projets psychologiques menés par les « experts », les industriels et les publicitaires étaient seulement l'aspect le plus visible des politiques nationales en faveur de l'encouragement à la consommation.

Pourtant, l'une des principales critiques faites au consumérisme britannique portait sur le fait que les clients ne se sentaient pas entièrement respectés, les associations recevaient

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

énormément de plaintes contre les industriels et leur manque de conscience à propos des implications culturelles, sociales, économiques et même politiques de leurs produits.

En conséquence, les spécialistes divergeaient entre deux interprétations de la société de consommation britannique : d'un côté, les chercheurs comme Miller et Rose¹³³, qui considèrent le consumérisme britannique des années 1950 et 1960 comme un système fondé sur la « manipulation » du public ; de l'autre, des économistes qui voient les consommateurs de l'époque comme des individus rationnels et conscients de leur rôle et de leurs choix.

Toujours selon Miller et Rose¹³⁴, dans les cultures américaine et britannique les deux figures de consommateurs, dont la représentation évolue assez peu dans le temps, étaient exploitées : le consommateur passif et le consommateur libre. La première figure était celle du « consommateur passif » (formée essentiellement par des femmes au foyer) ; pendant les années 1950, avec les outils d'analyse en marketing tels que les *focus groups*- groupes de consommateurs rassemblés autour d'un thème et dont le discours était ensuite décrypté à l'usage des publicitaires et de leurs clients- le consommateur était encore considéré comme un individu irrationnel. Les consommateurs trop rationnels étaient exclus des analyses, de même que les groupes organisés.

La deuxième figure était proposée par les théoriciens du marketing qui utilisaient l'économie néoclassique afin de se libérer de tout pouvoir sur le consommateur. On la retrouve dans les manuels d'économie ou de gestion. Le consommateur était pensé comme un être informé, libre de choisir dans une offre surabondante et donc résistant à toute manipulation. Cette figure était aussi utile pour justifier les techniques de vente qui fonctionnaient moins bien, car elle permettait de trouver des excuses aux échecs : ce consommateur indépendant pouvait ainsi être aussi considéré comme un « caméléon », insaisissable par le marketing.

Loin d'être uniquement des êtres manipulés et manipulables, les consommateurs, hommes et femmes, étaient des acteurs à part entière de la construction de la société de consommation. Leurs actes quotidiens étaient marqués par la routine, les choix technologiques, les

¹³³ Miller, P., Rose, N. (1997). Mobilizing the consumer : assembling the subject of consumption.. *Theory, Culture & Society*, p. 26.

¹³⁴ Op.cit. 128. p. 26.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

infrastructures économiques et politiques, ainsi que la puissance de tous les constructeurs de la société d'affluence dépendaient uniquement de ces mêmes consommateurs.

Les deux analyses sont peut-être trop simplistes en catégorisant les différents types de consommateurs simplement par leur niveau de conscience ou manipulation ; néanmoins, il est évident- dans le cas britannique autant que dans le cas américain- que le consommateur était la *création* du consumérisme ainsi que son *créateur*.

1.4. L'omnipotence des magazines féminins: au-delà des apparences

C'est grâce à la confluence de la théorie féministe, de la théorie de l'idéologie, et de la psychanalyse que de nouvelles problématiques sur comment le média « construisait » les définitions de la féminité ont vu le jour pendant les années 1950.

En effet, considérer les médias comme un simple système de représentations serait trop simpliste. Cette conception doit se focaliser notamment sur l'existence des stéréotypes et sur leur influence sur la formation de l'identité des lectrices. Une critique valable et profonde doit proposer en effet un type d'analyse qui pose ou suggère une quasi relation de causalité et non une simple corrélation entre les messages de genre et les effets que ces messages produiraient, sur les mentalités, les attitudes et les comportements des femmes. Les messages contenant des stéréotypes traditionnels de « féminité » auraient, effectivement, des conséquences sur la formation identitaire et sur la production des rôles de genre. En outre, les lectrices seraient supposées recevoir toutes plus ou moins de la même manière les messages de genre, quel que soient leurs expériences, leurs facteurs motivationnels et psychologiques ou leurs caractéristiques sociales et culturelles.

Avec la publication, en 1963, de « La Femme Mystifiée » de Betty Friedan, un mouvement critique à l'égard des médias se développait aux États-Unis. *The Feminine Mystique* a marqué la naissance d'un mouvement visant à réévaluer le rôle des femmes dans la société américaine. Celui-ci n'est pas seulement engagé dans une lutte matérielle pour l'égalité des droits pour les femmes, mais également dans un conflit idéologique concernant les définitions véhiculées par les médias, de la « féminité » et de la « masculinité ».

Il est possible d'affirmer que les aspects abordés par les critiques féministes des médias étaient surtout les représentations « inégales » des rôles de genre, l'invisibilité des femmes dans

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

les médias, et l'exploitation de l'image de la femme. Les médias étaient considérés comme un des vecteurs le plus influents de la transmission des rôles de genre, à travers des images stéréotypées mais sans mention des éléments contre-stéréotypés pourtant présents. Ces stéréotypes seraient responsables non seulement du maintien d'une image dévalorisante et incomplète de la femme, mais aussi d'une influence néfaste sur les comportements associés aux rôles de genre. Ces images, parfois appropriées dans le domaine du soin et de la beauté ou celui de la mode, seraient «inacceptables» dans d'autres types de lieux médiatiques. Que ce soit dans l'univers de la mode ou de la publicité où un seul type de femme est supposé acceptable (mince, très mince), ou au cinéma, où le succès d'un long métrage ne dépendrait souvent que de la seule beauté physique de ses jeunes comédiennes, la question de l'idéalisation de la beauté féminine était essentielle.

Les stéréotypes médiatiques des rôles de genre étaient déjà considérés comme dangereux et réducteurs. La solution proposée par la critique féministe était une réduction massive de ces stéréotypes. Moins de stéréotypes et plus de contre-stéréotypes conduiraient à un affaiblissement des normes de genre, à la diminution du sexisme envers les femmes, et à l'égalité entre les individus. Cependant, ne plus utiliser des stéréotypes de genre dans les messages médiatiques ne signifierait en aucun cas que le processus de catégorisation cesserait de fonctionner et que la femme allait retrouver une égalité sociale réelle. En insistant sur les relations de pouvoir entre les classes, les sexes et les races, le Centre Contemporaine d'Etudes Culturels de Birmingham (CCCS) a interrogé la relation entre les valeurs véhiculées par les industriels culturelles à travers les textes médiatiques. La théorie de codage et du décodage élaboré par Stuart Hall¹³⁵ conçoit le processus de communication selon quatre moments : la production, la circulation, la distribution et la consommation, et, enfin, la reproduction. Ces quatre étapes ont leurs propres modalités, mais elles sont liées entre elles et déterminées par des relations de pouvoir institutionnelles. La production est liée, par exemple, à la représentation du public que se font les producteurs de contenus. Ainsi, le public intervient au début comme à la fin du processus de communication.

¹³⁵ Hall, Stuart. (1973). Codage/ Décodage. *Réseaux*, 68.p.27-39.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Le magazine féminin, pour attirer les lectrices, obéissait à un impératif : l'euphorie. Son devoir, au fil des semaines, était de faire croire que tout allait s'arranger grâce à quelques recettes, qu'un peu d'imagination et de volonté suffisait pour être « vraiment heureuse ». Le stéréotype intervenait comme une défense car, selon ces publications, les relations entre les hommes et les femmes seraient toujours conflictuelles. On constate, on raconte, on réaffirme la réalité éternelle des choses. En effet, il est possible de constater un besoin de consommation. Des images, des photos, des conseils pratiques, des publicités qui offraient l'illusion d'une insertion dans cette réalité : à travers la mode, le choix d'une lessive ou d'un aspirateur. Il y avait un simulacre de participation aux transformations sociales : changer la couleur de rouge à lèvres, choisir un liquide à vaisselle, permettrait de prendre place, d'influer et de donner l'impression que les lectrices faisaient partie des changements qui caractérisaient les cultures américaines et britanniques dans les années 1950 et 1960. Elles s'adaptaient aux données économiques, politiques du moment, tout était illusoire, dérisoire, frustrant : le monde extérieur se trouvait à la fois fondé et justifié par le discours magique du magazine à qui les femmes « déléguaient leurs choix »¹³⁶.

Le langage utilisé dans les articles, parfois sans aucune ambiguïté, avait des fins idéologiques, qui étaient exprimés de manière plus ou moins subtile. Là, où jadis la religion aurait condamné les femmes qui refusaient de limiter leurs capacités et leur attention au foyer et à la famille, dans les années après-guerre les normes sociales étaient défendues et « imposées » par les médias et leur « devoir » était de représenter et de développer ces nouvelles règles sociales et culturelles. Tout individu, et plus particulièrement une femme, qui refusait les structures du mariage et de la famille se sentait désemparée, solitaire et parfois réduite au désespoir et aux moqueries. Selon la culture des années 1950 - aux Etats-Unis et au Royaume-Uni- une femme sans famille était perdue, elle ne savait plus quoi faire d'elle-même et de sa vie.

¹³⁶ Andrews, M., McNamara, S. (2014). *Women and the Media: Feminism and Femininity in Britain, 1900 to the Present*. NY : Routledge.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En effet, l'idéologie de l'époque défendait l'idée que la « nature » même de la femme était de se marier, d'être mère et de se dédier complètement et uniquement à sa famille. Ainsi donc, la dimension mythique des magazines féminins - idéaliser les femmes et leur rôle de « femmes au foyer »- apparaissait comme idéologique et très conservatrice. Leur objectif était, selon Anne-Marie Dardigna¹³⁷, de créer un univers à la fois faux et inaccessible, une idéalisation de la vie des femmes tellement exacerbée qu'elles finissaient par créer de plus en plus d'insatisfaction et de frustration chez leurs lectrices.

Les magazines féminins, reflets de l'univers quotidien des « femmes au foyer », témoignaient de l'ambiguïté des relations et du caractère étranger du partenaire masculin à travers un langage plein de confusions et de stéréotypes vis-à-vis des hommes. Ainsi, les oppositions des différents rôles entre femmes et hommes étaient renforcées et schématisées : les articles des magazines « éduquaient » leurs lectrices, semaine après semaine, paragraphe après paragraphe, inlassablement, à comment « séduire » les hommes. Parce que, dans le système social dont les magazines étaient le miroir, c'étaient eux, les hommes, qui possédaient les clés de l'argent, de la justice, des lois, de la création, de la réalisation, de la religion, du monde du travail, enfin, du pouvoir. On ne disait jamais : les femmes ont besoin de vivre avec un homme à cause des conditions socio-économiques qui les « obligent » à dépendre d'un mari mais que les femmes étaient faites pour la vie de famille et qu'elles s'épanouissaient beaucoup mieux dans les rôles de mères et d'épouses. Le message n'était plus subliminal : les conditions économiques qui conduisaient obligatoirement les femmes au mariage (et les hommes aussi, mais avec moins de pression) étaient inversées et transformées en résultat d'une tendance « naturelle » profonde.

Dans les magazines féminins, rare était celui qui pouvait échapper à sa fonction de « mari » ; fonction à la fois sociale, économique, affective, sexuelle et reproductive. Le « mari » était un homme à conquérir, à posséder, à entretenir et à conserver pour toujours, comme le bien le plus précieux de la vie d'une femme. Les articles sur « comment garder votre mari », « comment le rendre heureux », « comment rester avec votre mari à jamais » étaient innombrables. La motivation pour de tels articles n'était plus les désirs d'un échange dans le

¹³⁷ Dardigna, A. M. (1978). *La Presse « féminine » : fonction idéologique*. Paris : FM.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

couple, mais des messages subliminaux qui restaient dans les mentalités des lectrices et qui étaient repris par la télévision, la radio, les publicités et même le cinéma. Conseils et recettes renforçaient de plus en plus les stéréotypes « homme » et « femme ». La presse féminine donnait aux femmes l'illusion de pouvoir manœuvrer l'homme, de pouvoir contrôler les réactions et les sentiments de leurs maris. Mais en réalité, il ne s'agissait que d'une impression.

Une véritable démonstration de l'oppression des femmes se dégageait à travers les articles, les interviews et les publicités publiés dans ces magazines. Les éditeurs et les journalistes- la plupart d'entre eux au moins - ne se servaient pas de leurs écrits pour apporter un peu de réconfort à ces femmes au foyer déjà déprimées et anxieuses, mais ils se contentaient de donner de plus en plus de force à ce sentiment de frustration et de limitation dans un monde de recettes et de produits ménagers.

Stéréotypes, classements et autres procédés n'empêchaient pas que la reconnaissance de l'oppression était effective. Il est évident que le comportement masculin n'était pas conforme à ce qu'attendaient les femmes, qui en revanche devaient réduire leurs espérances et attentes en acceptant leur rôle de « femme au foyer » et assumer leur « image » de « femmes parfaites ». Toujours selon Anne-Marie Dardigna, ce n'étaient pas les murs qui enfermaient les femmes dans leur « prison dorée », mais un code moral si bien intériorisé que tout leur univers mental, affectif, sexuel, économique se trouvait orienté spontanément en fonction de l'homme.

La « nature » des choses, des femmes et des hommes et de leurs relations était fréquemment évoquée dans la presse féminine américaine et britannique. Et cette « nature » présentait curieusement des liens fort nombreux avec l'idéologie dominante, avec la « société paternaliste ». Il est donc très important de garder à l'esprit cette étrange coïncidence pour éviter de tomber facilement dans le piège des conclusions logiques et rationnelles en apparence, mais qui prennent en réalité appui sur des concepts idéologiques tout à fait suspects. La notion de « nature » était souvent employée avec le sens de « ce qui est inné, spontané », opposé à « ce qui est acquis par la coutume, la vie en société, la civilisation ». De ce point de vue, le désir éternel de la femme est bien entendu la maternité, véritable pivot de

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

la condition féminine. Selon cette idée, la femme, en effet, avait un « destin biologique » à assurer.

Pendant les années de l'après-guerre, que ce soit aux Etats-Unis ou au Royaume-Uni, les femmes qui ne voulaient pas d'enfant étaient considérées comme des « anormales », ainsi que les lesbiennes, vieilles filles et les célibataires. Selon l'idéologie de la « femme parfaite », elles manquaient de « sérénité », de « maturité », elles étaient des « égoïstes » et des « narcissiques ».

Or, cette fonction des femmes uniquement attachée aux enfants et à la famille entrainait en conflit avec l'existence sociale et le monde du travail, et, par conséquent, avec la satisfaction personnelle. Parce que non seulement la femme a porté son enfant pendant neuf mois, mais en plus « les liens charnels » créés entre les deux réclament que tout son activité, son énergie, son attention, sa vie soit consacrée aux enfants. C'était sur la mère que toutes les responsabilités (matérielles et affectives) se reposaient, c'est du moins ce que les psychologues affirmaient dans leurs articles publiés par les magazines féminins.

Tout cela renforçait le pouvoir idéologique de la presse féminine américaine et britannique des années 1950 et 1960. Isolées dans leur rôle de mères et femmes au foyer, enfermées dans leur grande maison, les femmes étaient facilement manipulées. Leurs habitudes de passivité, d'attente, de disponibilité, leur éloignement des réalités, les amenaient la plupart du temps à une absence totale de conscience et de réflexion politique, à une naïveté proche de celle de son enfant. Ces lectrices formaient une masse conservatrice, qui pensait avoir d'une manière ou d'une autre, un pouvoir important à l'intérieur de la cellule familiale. C'est pour cela que les maris, au moins la plupart d'entre eux, - encore, la recherche présente se focalise sur les familles blanches de classes moyennes et supérieures- étaient « interdits » des tâches ménagères (sauf en cas d'urgence), de la cuisine, de « l'entretien » (bain, biberons, couches...) et l'éducation des enfants.

Cependant, de plus en plus des femmes- que ce soit par nécessité économique ou uniquement psychologique- travaillaient en dehors de la maison. Les magazines féminins commençaient alors à traiter ce sujet mais de manière plutôt négative : les difficultés à concilier vie professionnelle et vie de famille, la nervosité, l'absence, « l'anxiété » des enfants qui

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« s'élèvent tout seuls », l'insatisfaction des maris, les plats surgelés etc.... Même si certaines de ces remarques pouvaient être réelles, surtout celles concernant les soins de la maison, il est clair que les articles et les psychologues faisaient tout pour faire culpabiliser ces femmes et douter de la validité de leur accomplissement professionnel. Il semble essentiel de bien comprendre que ces mêmes psychologues qui écrivaient des articles dans la presse féminine sur les inconvénients de travailler à l'extérieur de la maison étaient ceux qui, dans leurs cabinets, prescrivaient des calmants et du « temps pour soi » à leurs patientes, tellement dépressives avec leur solitude et isolation que même quelques heures de travail en dehors de la maison avaient l'effet d'une boîte d'antidépresseurs.

Lorsque le mari invitait un ami en lui disant «Viens dîner à la maison », « la maison », supposait un lieu familial, confortable et animé par une présence féminine. La maison serait d'autant plus chaleureuse et accueillante, que la femme serait plus disponible et investie pour le bien-être de sa famille. C'était un lieu fixe, invariant, affectif et sécurisant : le symbole de toute une idéologie. Or, les magazines féminins démontraient par tous les moyens possibles que décidemment le travail en dehors de la maison « n'est pas le moyen de s'épanouir » pour une femme. Il leur restait alors à se rabattre sur cette vie à la maison, dont les hommes faisaient un domaine réservé en les persuadant que c'était leur « vraie nature ».

Cependant, poussière, vaisselles, lessives, cuisine, repassage, courses, couches et biberons n'étaient pas des sujets très répandus dans la presse féminine ; les publicités montraient à quel point la vie de la femme au foyer était « facile » et les articles traitaient des sujets « frivoles » ou des questions psychologiques. Le caractère « professionnel » de la vie de famille n'était pas représenté et si c'était le cas, il était largement idéalisé. L'obligation d'être « à la maison » était un impératif si catégorique pour la femme que les magazines féminins allaient jusqu'à présenter celles qui faisaient partie des « exceptions » et qui se sont épanouies dans un travail en dehors de la maison comme frustrées et prêtes à « jouer le rôle » de la femme au foyer.

La femme était vue comme celle qui aide, qui prépare, qui entretient, qui soutient, sur qui l'homme doit pouvoir compter mais qui reste toujours en retrait.

C'est là, la grande réconciliation des sexes. L'exemple le plus frappant en ce domaine était celui des femmes des premiers cosmonautes américains, photographiées, télévisées,

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

interviewées dans l'euphorie pour leurs maris et qui déclaraient leur fierté d'avoir tout sacrifié, métier, vie et exigences personnelles, pour ces héros. Il est clair que ce domaine réservé aux femmes dont on leur disait leur « vraie place », la seule pour laquelle elles étaient « véritablement faites », c'était le domaine de l'inessentiel et du superficiel. Les femmes finissaient par se résigner.

La vie d'une « femme parfaite » était une vie par procuration, elles se réjouissaient et s'accomplissaient à travers la réussite de leurs maris. Elles justifiaient leurs vies à partir de leurs familles, en espérant avoir contribué à leur succès. Accepter cet enfermement, créée par les hommes, c'était accepter de n'être que « complémentaire », jouer un rôle secondaire et discret, dans un monde dominé et organisé par les hommes.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

DEUXIEME PARTIE

**Les années 1950 :
l'idéologie de la « femme parfaite »**

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

2.1. L'idéalisation de la femme

2.1.1. La « femme parfaite » comme « femme au foyer »

Le désir d'avoir une famille « parfaite » était partagé par la plupart des femmes, dans les années 1950 ainsi que de nos jours: une famille sans problème, où les enfants sont heureux et les parents en parfaite harmonie. Aux Etats-Unis et au Royaume-Uni des années 1950 l'image de la famille « idéale » était celle du mari qui a réussi sa carrière, des enfants qui couraient dans le jardin ou qui regardaient la télévision et, surtout, de l'épouse dans sa nouvelle cuisine, avec son aspirateur extrêmement puissant et qui portait de hauts talons et des perles, avec une coiffure intacte. Les femmes américaines et britanniques des classes supérieures avaient accès à toutes les nouvelles technologies, ce qui leurs permettait d'avoir beaucoup plus de temps libre puisqu'avec tous ces nouveaux appareils le travail domestique était beaucoup plus facile et rapide. Pour passer le temps et remplir leurs journées, elles organisaient des groupes et des réunions et, entre une tasse de thé ou un morceau de gâteau, ces « femmes au foyer » discutaient pendant des heures et des heures tandis que les enfants étaient à l'école et leurs maris au bureau.

Ce modèle de société fondé sur la forte distinction entre les rôles masculin et féminin a été clairement conçu par les gouvernements américain et britannique, et propagé par les moyens de communication de l'époque. La diffusion de cette idéologie, appelée par Betty Friedan *the feminine mystique*, était l'une des principales missions des magazines féminins des années 1950, ainsi que de la télévision et des publicités. Dans son célèbre ouvrage, B. Friedan écrit :

« L'image de la femme qui émerge de ces magazines est jeune et frivole, presque enfantine, passive, une femme heureuse dans un monde de chambre à coucher et cuisine, sexe, bébés et maison. Ces magazines n'omettent surement pas le sexe ; la seule passion, la seule poursuite, le seul but que la femme est autorisée à avoir est la recherche d'un mari. Ces publications représentent la nourriture, l'habillement, les produits de beauté, les meubles, et les corps parfaits de jeunes femmes, mais où est le monde de la pensée et des idées ? »¹³⁸

¹³⁸ Friedan, Betty. (1997) [1963]. *The Feminine Mystique*. NY: W.W. Norton & Company. p. 82.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

La forte valorisation de la famille était l'un des principaux éléments des sociétés américaine et britannique durant l'après-guerre, spécialement la valorisation du rôle traditionnel de la femme parmi la structure familiale. Néanmoins, comment ces femmes qui ont vécu des années de liberté et d'indépendance pendant la guerre acceptaient de revenir à la maison et de se contenter de leurs rôles de « mères » et d'« épouses » ? La réponse se trouve dans le consensus qui unissait les cultures américaine et britannique et qui préconisait l'idée que les femmes avaient « tout ce qu'elles pouvaient rêver d'avoir » : un mari, une famille, une maison, la stabilité et l'amour qu'elles avaient toujours voulu. Hannah Gavron analyse :

« Plus d'un siècle après la lutte de Florence Nightingale contre le rôle des femmes, une masse d'épouses et des mères ne pensent qu'à leurs familles, leurs maisons, aux vêtements, aux coiffures et aux enfants- tout ce que les magazines féminins mettent en valeur. La femme continue à croire que le mariage est plus important que ses rêves et ambitions. C'est pour cela que les femmes des classes sociales populaires ne sont pas touchées ou intéressées par le mouvement féministe. »¹³⁹

En même temps, les femmes étaient censées avoir toute la « liberté » possible, et leur rôle de consommatrices leur donnait un statut significatif dans la culture populaire américaine et britannique :

« Libérées de leurs limitations de la période Victorienne, les femmes pouvaient désormais profiter des avantages de la société de consommation, en effet, depuis 1939 un tiers des femmes mariées travaillaient en dehors de la maison. Elles étaient primordiales pour le développement du capitalisme et étaient considérées comme des « parfaites consommatrices ». »¹⁴⁰

Cette remarque typiquement masculine était courante à l'époque, les droits que les femmes avaient obtenus –comme le droit du vote par exemple- donnaient aux hommes l'impression que « l'égalité » était déjà acquise. Cette valorisation exacerbée du rôle de « femme au foyer » cachait également une manière de sous-estimer la main d'œuvre féminine, en effet, l'idée que les femmes travaillaient pour moins cher et qu'elles étaient plus « dociles » que les hommes était extrêmement répandue. Néanmoins, la notion que la famille restait la priorité des femmes

¹³⁹ Gavron, H. (1968). *The Captive Wife*. Harmondsworth: Penguin. p. 46.

¹⁴⁰ Hopkins, H. 1963. *The New Look*. Londres: Secker and Warburg. p. 324.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

et que leur travail devait s'adapter à leurs tâches domestiques était aussi extrêmement populaire. En réalité, la vie des femmes qui travaillaient en dehors de la maison était très tourmentée, une étude réalisée en France par Chombart de Lauwe¹⁴¹ montrait que ces femmes travaillaient environ quatre-vingt-quatre heures par semaine entre les heures travaillées et leurs tâches domestiques.

Effectivement, Myrdal et Klein dans leur ouvrage *Women's Two Roles*¹⁴² corroboraient la théorie que beaucoup de femmes luttait pour concilier leur travail et leur vie de famille. Selon les auteurs, il était nécessaire d'accepter que les femmes mettaient leurs carrières de côté pendant quelques années pour élever leurs enfants et qu'elles devaient toujours concilier leur travail et leur vie de famille.

Dans une période d'innovations, où tout le système social et culturel des sociétés américaine et britannique était en pleine transformation, la femme et la famille furent une force morale stable, gardiennes des traditions et des valeurs sûres. Une propagande bien orchestrée remit au goût du jour les stéréotypes du XIX^{ème} siècle dans le cercle très privé du noyau familial restauré. Le début des années 1950 témoigne de la réapparition de la barrière entre vie privée et vie publique, résurgence d'un autre âge. Cette séparation s'inscrivait jusque dans l'espace, avec l'exode, vers les banlieues de rêve, des mères de jeunes enfants qui s'y trouvèrent isolées toute la journée pendant que les hommes travaillaient. On vivait dans le charme trompeur de l'« être-ensemble », nouvelle valeur qui exaltait la gloire de la famille et du foyer, le *togetherness*, expression fortement utilisée dans la culture américaine est devenue le symbole de toute une époque.

S'ouvrit alors une période de mariages précoces et de familles nombreuses, la maison reprenait sa place centrale dans la vie des femmes, censées puiser dans ce statut un bonheur de tous les instants. Maintenir la maison, préparer les repas, prendre soin des enfants, les aider à effectuer leurs devoirs, être l'épouse idéale, faire la vaisselle, tout en restant élégante, c'est à cela que ressemblait la journée de la plupart des femmes blanches de la classe moyenne des

¹⁴¹ Chombart de Lauwe, M.J. (1963). *La femme dans la société : son image dans les différents milieux sociaux*. Paris : Centre National de la Recherche Scientifique.

¹⁴² Myrdal, A., Klein, V. (1956). *Women's Two Roles*. Londres: Routledge & Kegan. Paul.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

années 1950. En effet, aux Etats-Unis et au Royaume Uni près de soixante-quinze pour cent des femmes de plus de vingt ans étaient mariées.¹⁴³

La vie dans les banlieues attirait de plus en plus les familles avides d'une nouvelle vie loin des soucis des années de guerre. On habitait loin de la ville mais toutes les possibilités d'emploi étaient encore disponibles, les familles vivaient dans des maisons confortables, avec des grands jardins et la vie sociale était le lien entre tous les habitants. La recherche du sentiment de communauté était une caractéristique cruciale de ces zones. Les barbecues, les associations, les "cocktail parties", le thé de l'après-midi et tout genre d'activités communautaires étaient une partie très importante du quotidien de ces familles.

Les enfants étaient le centre de la vie dans les banlieues, ils étaient la raison pour laquelle tant de familles délaissaient les grandes villes et s'installaient dans ces nouveaux quartiers familiaux, où la sécurité et le sentiment de communauté étaient essentiels. Au début, les banlieues n'ont pas étaient reliées aux villes par les transports publics et peu de ses habitants avaient des véhicules. Ceci a encouragé les voisins à s'entre-aider et à partager les voitures pour transporter les enfants ; les femmes constituaient des groupes très soudés basés sur l'aide et l'appui mutuels. Brett Harvey dans son ouvrage *The Fifties : A Women's Oral History* précise ce sentiment de communauté partagé par beaucoup de femmes :

« Carol Freeman décrit le groupe de femmes dans sa banlieue près de San Diego: c'était une communauté chaleureuse, une peu ennuyeuse et totalement focalisée sur les enfants. On passait les journées dans les maisons des autres, on buvait du thé et fumait des dizaines de cigarettes, on ne parlait que des enfants. Il y avait un peu de compétition entre nous, oui, mais on était toutes de jeunes mamans qui apprenaient les unes des autres »¹⁴⁴

¹⁴³ Rowbotham, S. (2000). *Century of Women: The History of Women in Britain and the United States in the Twentieth Century*. Londres: Viking Penguin Inc.p.269.

¹⁴⁴ Harvey, B. (2002). *The Fifties: A Women's Oral History.*, Lincoln, NE: ASJA Press. p. 116.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

2.1.2. « Marions-nous ! »

En réalité, les cultures sociales américaine et britannique étaient entièrement fondées sur la famille. À cet égard, l'organisation sociale était fondée sur les notions traditionnelles du rôle masculin et féminin dans la famille: c'était deux sociétés fondées sur des stéréotypes. Le mariage était une des institutions les plus incroyablement puissantes pendant ces années, les femmes ne se demandaient pas *si* elles allaient se marier, mais plutôt *quand* et *avec qui*. Les jeunes femmes n'avaient pas de doute sur la possibilité d'avoir des enfants, mais seulement sur le nombre de bébés auxquels elles donneraient naissance. Les Américains se mariaient plus tôt que jamais : « l'âge moyen de mariage a chuté de 24.3 à 22.6 pour les hommes et de 21.5 à 20.4 pour les femmes »¹⁴⁵ pendant le début des années 1950. Les Britanniques aussi se mariaient plus tôt, vingt-et-un ans en moyenne pour le premier mariage et vingt-deux ans pour le premier enfant.

En conséquence, la société américaine a connu la période du *baby-boom* : ils étaient 24,3 millions d'enfants entre 5 et 14 ans dans les années 1950 et 35,5 millions une décennie plus tard. En 1956, le pays comptait 13 millions d'adolescents qui cherchaient une vie différente de celle de leurs parents, ils désiraient l'autonomie. Cependant, au Royaume-Uni le *baby-boom* n'a pas été aussi significatif qu'aux États-Unis : les jeunes couples britanniques n'avaient que 2.2 enfants en moyenne.

Américains et Britanniques de toutes races, ethnies, religions et classes sociales se mariaient de plus en plus tôt et avaient plus d'enfants qu'en toutes autres décennies du XXème siècle ; les blancs et les noirs, les riches et les pauvres, tous, ont fait augmenter le nombre de mariages et baisser celui des divorces dans les années 1950. Même si, en général, seulement les familles blanches des classes supérieures pouvaient vivre et bénéficier de « la bonne vie », le désir d'une grande famille était partagé par tous les Américains. Ces jeunes désireux de stabilité et d'une vie de famille accomplie établissaient une tendance de mariages précoces et de familles nombreuses qui allait durer plus de vingt ans : des années 1940 aux années 1960 les Américains se mariaient plus et plus tôt que leurs homologues Britanniques¹⁴⁶.

¹⁴⁵ IHD Archives, May Perkins, 1957-3. p. 69.

¹⁴⁶ Op. cit. 155. p.70.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Mais pourquoi autant des jeunes se tournaient vers le mariage et la maternité avec un tel enthousiasme et un tel engagement ? Les observateurs mettaient en avant fréquemment la fin de la guerre et la prospérité comme les principales réponses à cette question aussi compliquée et délicate à expliquer. Ils affirmaient que les jeunes Américains et Britanniques étaient impatients d'oublier les perturbations et les difficultés de la guerre, de profiter de la prospérité et de l'abondance qui régnaient dans les deux pays. Il est évident que ce retour à la normalité était l'une des principales causes de cette quête pour une vie de famille, néanmoins les autres guerres vécues par les deux nations n'avaient pas éveillé une telle augmentation du nombre de mariages et des naissances. Ainsi, la paix et la prospérité ne peuvent pas être considérées comme les seules causes de cette explosion de mariages et de familles nombreuses.

Les changements que la guerre a apporté aux rôles traditionnels des hommes et des femmes modifiaient drastiquement les institutions du travail et de la famille : les femmes étaient retournées au travail pendant que les hommes étaient en guerre et cela a changé leur vision d'elles-mêmes. L'ouverture du marché du travail et des universités aux femmes et la disponibilité croissante des pilules contraceptives auraient pu amener ces jeunes couples dans une toute autre direction, très différente de celle du mariage et des familles nombreuses.

Néanmoins, le mariage –de plus en plus précoce- et la maternité/paternité avaient des impacts différents sur les hommes et les femmes. La stéréotypisation des rôles mettait tellement de pression sur les couples, que la femme, ainsi que l'homme, souffraient d'anxiété et d'un sentiment d'inadéquation. La relation de ces jeunes couples commençait déjà dans la souffrance et dans le stress. Ces mariages précoces annonçaient un changement de la vision du mariage et de ses conséquences sur la vie des jeunes : avant la guerre, il signifiait la « fin de la jeunesse » et « le début de la vie adulte », tandis qu'à partir des années 1950 les Américains et les Britanniques se mariaient de plus en plus tôt pour justement associer « mariage » et « jeunesse ».

En choisissant de former leurs familles aussi tôt dans la vie, les couples sautaient des étapes et rentraient dans le monde « des adultes » avec des mentalités et des envies d'adolescents. L'intervalle entre la vie insouciant de la jeunesse et la vie de responsabilités qu'apportaient le mariage et les enfants, était de plus en plus court. Ce qui exigeait beaucoup de maturité des jeunes couples. Pour eux, la fin des études, le travail, le mariage et les enfants arrivaient très

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

rapidement, il était parfois questions de mois. Contrairement qu'au Royaume-Uni, aux États-Unis une aide financière aux soldats revenant de la guerre- le *GI Bill*- permettait à ceux-ci de finir leurs études, de rentrer dans le monde du travail, d'assumer financièrement leur nouvelle famille et d'accéder à la propriété de manière très rapide. Selon Walter Stokes :

« Les jeunes couples qui sont responsables et émotionnellement matures, profondément amoureux et prêts à l'engagement doivent se marier tôt, peut-être à dix-sept ou dix-huit ans. La mariage apporte de la maturité et de la stabilité à ces jeunes gens »¹⁴⁷

Comme conséquence, un ancien problème se réveillait doucement chez les jeunes filles célibataires : le sentiment d'être une « vieille fille » déjà à vingt-et-un an. Les parents ainsi que les psychiatres commençaient à s'inquiéter si leurs enfants ou leurs patients –filles ou garçons- étaient toujours célibataires au début de la vingtaine. Les jeunes femmes avaient même « l'avantage » d'avoir l'aide de leurs parents pour trouver un mari. Toute cette pression persuadait les jeunes couples à se marier le plus vite possible. Même si la pression pour se marier était ressentie par les filles et par les garçons, le fait de ne pas être mariées ni d'avoir de famille étaient beaucoup plus lourd de conséquences pour les femmes.

Néanmoins, d'autres raisons -heureusement- poussaient les jeunes couples Américains et Britanniques à se marier de plus en plus tôt : l'envie d'une vie sexuelle épanouie, de fonder leur propre famille –surtout pour les jeunes femmes « oppressées » par leurs parents- et d'avoir leur propre maison. Les jeunes hommes pouvaient retrouver cette « liberté » par le mariage, tandis qu'avant c'était par leur engagement dans l'armée ou par la délinquance. En réalité, le mariage et la famille étaient la meilleure manière d'assurer son avenir, malgré les anxiétés qui caractérisaient « la vie d'adulte » de l'époque, comme la peur de la guerre froide, du communisme ou encore de la bombe atomique. La famille apportait la paix et la sécurité.

Pourtant, un très grand nombre de ces jeunes couples mariés avaient encore besoin de l'aide financière, psychologique ou matérielle, de leurs parents. Malgré ces attaches à leurs propres familles, les couples espéraient avoir de plus en plus de maturité et d'indépendance grâce à

¹⁴⁷ Stokes, W. (1948). *Modern Pattern for Marriage: The Never Understanding of Married Love*. NY: Rinehart & Co. p.12.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

leur mariage et à leurs enfants, mais ce processus n'était pas toujours facile. Avant d'avoir des enfants, les jeunes femmes travaillaient pour aider leur mari, souvent encore au début de leur carrière et pour réaliser leurs projets : une maison, des voitures, des appareils électroménagers, un voyage, un bébé ou encore, une épargne. Une fois mères, elles « étaient censées » retourner à la maison pour s'occuper de leur famille.

S'adapter à la vie d'épouse et de mère de famille, ainsi qu'outrepasser leurs anxiétés, insatisfaction et déception pouvait être très difficile pour les femmes. Le mariage imposait de grands changements dans la vie quotidienne de ces femmes au foyer, elles se lançaient dans un monde de tâches ménagères, de cuisine et de couches, ce monde-là était leur « cage dorée ». Les nouveaux mariés avaient leurs propres idées sur le rôle spécifique de chacun dans le mariage, ce qui pouvait déclencher de l'anxiété chez quelques jeunes et de la satisfaction chez d'autres, ceux qui étaient prêts à assumer leurs responsabilités et l'image de « la famille parfaite ». Les jeunes épouses attendaient de la stabilité et de la sécurité, ainsi que leurs maris, mais les hommes espéraient également un statut social.

Les femmes au foyer se focalisaient sur les tâches ménagères et les enfants. Parfois leur solitude et leur dépression les transformaient en maniaques du ménage, du repassage, des horaires fixes ou même de la propreté de leurs enfants. Ces femmes répondaient à l'image de la « femme au foyer parfaite », leurs attentes envers elles-mêmes étaient tellement élevées que la perfection était la seule et unique option. Les attentes des hommes étaient centrées autour de leur travail, de leur devoir financier envers leurs familles. Dans tous les cas, les femmes *et* les hommes avaient des attentes bien définies envers leur partenaire : le ménage, la cuisine, la propreté des enfants ou l'argent, des biens matériels et des vacances. L'idéalisation, en réalité, venait des deux côtés.

« J'ai eu une baisse de morale. Je prenais soin de mon bébé mais je ne trouvais pas cela aussi extraordinaire que je le devais, même si j'ai toujours voulu avoir des enfants. Ma vie sociale me manquait, mon travail me manquait. J'avais honte. »¹⁴⁸

Pendant le *Baby Boom* les Américains et les Britanniques avaient de plus en plus d'enfants – surtout les Américains- et l'intervalle entre deux bébés était de plus en plus court. Les femmes

¹⁴⁸ IHD, Archives, Cynthia Thor Thornton, H-L, 1958-5.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

prenaient soin de plusieurs enfants en bas âge en même temps, elles étaient complètement dépassées par leurs familles nombreuses, leurs grandes maisons et les attentes de leurs maris et de la société.

« Parfois j'avais juste besoin de sortir de la maison, du chaos, pendant quelques minutes et aller respirer dans le jardin. Je suis sûre que si je n'étais pas seule toute la journée avec les enfants, je ne me sentirais pas aussi dépassée et seule. Je serais une meilleure mère. »¹⁴⁹

Avec l'arrivée des enfants, les rôles et les responsabilités étaient bien divisés au sein des couples : pendant les huit ou dix heures que les hommes étaient au travail, les femmes étaient seules à tout gérer. Le résultat était l'anxiété croissante des mères, le sentiment de solitude, la dépression et même, des problèmes psychologiques.

« Toutes les deux semaines j'avais une crise de pleurs, je pleurais pendant toute une journée. Je n'ai rien dit ni à mon mari, ni à mes enfants, mais je me sentais de plus en plus dépressive. Je suis allée voir un psychologue quand mes enfants m'ont dit qu'ils avaient peur de me laisser seule à la maison. »¹⁵⁰

« Je n'aime pas les frapper. En réalité, j'ai peur de ne pas réussir à m'arrêter. »¹⁵¹

Or, une caractéristique très importante de ces mariages précoces était le mauvais partage des tâches dans le couple : la femme était responsable de l'éducation quotidienne des enfants, du soin de la maison, du ménage, des courses, des couches et de la cuisine ; l'homme avait la responsabilité financière de la famille et de quelques tâches à la maison, comme le jardinage et le bricolage, mais les femmes étaient souvent obligées d'accomplir ces activités aussi. Les décisions importantes étaient censées être prises « en couple », mais généralement c'était les maris qui avaient le dernier mot, même s'ils consultaient leurs épouses avant de prendre une décision.

La famille était au centre des préoccupations et l'idéologie de la « femme parfaite » ne faisait qu'augmenter cette valorisation de la vie en famille. La famille idéale des années 1950 était

¹⁴⁹ IHD Archives, Evelyn Mitchell, 1958-6.

¹⁵⁰ IHD Archives, May Perkins, 1957-3.

¹⁵¹ IHD Archives, Ruth Wright, 1959-8.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

fondée sur une image de perfection, représentée par une grande maison dans une banlieue nouvelle et agréable, des appareils électroménagers flambant neufs, une ou deux voitures familiales, un grand jardin pour recevoir les voisins, une télévision dans le salon et, évidemment, plusieurs enfants.

Un guide a même été publié en 1955 dans la parution du mois de Mai de *Good Housekeeping* pour aider ces femmes à être « l'épouse parfaite ». Quelques uns de ces conseils¹⁵² :

1. Faites en sorte que le dîner soit prêt. Préparez tout à l'avance, le soir précédent s'il le faut, afin qu'un délicieux repas l'attende à son retour du travail. C'est une façon de lui faire savoir que vous avez pensé à lui et que vous vous souciez de ses besoins.
2. Soyez prête. Prenez quinze minutes pour vous reposer afin d'être détendue lorsqu'il rentre. Retouchez votre maquillage, mettez un ruban dans vos cheveux et soyez fraîche et avenante.
3. Rangez le désordre. Faites un dernier tour des principales pièces de la maison juste avant que votre mari ne rentre. Rassemblez les livres scolaires, les jouets, les papiers et passez ensuite un coup de chiffon sur les tables.
4. Réduisez les bruits au minimum. Au moment de son arrivée, éliminez tout bruit de machine à laver, séchoir à linge ou aspirateur. Essayez d'encourager les enfants à être calmes. Soyez heureuse de le voir. Accueillez-le avec un chaleureux sourire et montrez de la sincérité dans votre désir de lui plaire.
5. Ne l'accueillez pas avec des plaintes. Ne vous plaignez pas s'il est en retard à la maison pour le dîner, ou même s'il reste dehors toute la nuit. Considérez cela comme mineur, comparé à ce qu'il a pu endurer pendant la journée. Installez-le confortablement. Ne lui posez pas de questions sur ce qu'il a fait et ne remettez jamais en cause son jugement ou son intégrité. Souvenez-vous qu'il est le maître du foyer, et qu'en tant que tel il exercera toujours sa volonté avec justice et honnêteté.

¹⁵² <http://www.j-walk.com/other/goodwife>. Consulté le 08/1/2015.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

6. Après le dîner, débarrassez la table et faites la vaisselle rapidement. Si votre mari se propose de vous aider, déclinez son offre car il risquerait de se sentir obligé de la répéter par la suite, et après une longue journée de labeur il n'a nul besoin de travail supplémentaire.
7. En ce qui concerne les relations intimes avec votre mari, il est important de vous rappeler vos vœux de mariage, et en particulier votre obligation de lui obéir. S'il estime qu'il a besoin de dormir immédiatement, qu'il en soit ainsi. En toutes choses, soyez guidée par les désirs de votre mari, et ne faites en aucune façon pression sur lui pour provoquer ou stimuler une relation intime. Si votre mari suggère l'accouplement, acceptez avec humilité tout en gardant à l'esprit que le plaisir d'un homme est plus important que celui d'une femme. Lorsqu'il atteint l'orgasme, un petit gémissement de votre part l'encouragera et sera tout à fait suffisant pour indiquer toute forme de plaisir que vous avez pu avoir.

La plupart des couples commençaient à fonder leur famille juste après le mariage. Au contraire de l'idée reçue qui dominait l'opinion publique de l'époque, la plupart de ces femmes au foyer étaient très instruites (beaucoup d'entre elles avaient même suivi des études de très haut niveau), mais l'idée que la « famille et les livres ne se mélangent pas » était toujours extrêmement répandue. Mais quels étaient les facteurs qui expliquent une revalorisation aussi forte de la domesticité ? Il semble crucial de comprendre qu'après une longue période de difficultés et de privations, les jeunes essayaient de reconstruire une vie normale et de participer à la nouvelle prospérité de l'après-guerre. Mais cette prolifération de mariages précoces était plus que simplement l'impulsion des jeunes couples, c'était une tentative générale de promouvoir la famille et la domesticité comme une hantise nationale.

En 1957, un très grand nombre d'Américains a participé à un recensement qui étudiait leurs problèmes psychologiques et leurs réactions face aux difficultés de la vie. Ce recensement a été publié en forme d'ouvrage, *Americans View Their Mental Health*, et procurait une vue très claire sur la décennie et le fonctionnement de ces « familles dites parfaites ». La recherche confirmait que les Américains trouvaient dans la famille et dans la vie domestique leur

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

principale source de satisfaction et de bonheur, et que la poursuite du « rêve américain » était un constat parmi cette société. Mais ce recensement démontrait aussi que, même si la famille était considérée comme la principale source de bonheur, elle était également vue comme la première raison des préoccupations et des anxiétés. Pour un très grand nombre de femmes au foyer la famille était, certes, la principale raison de leur bonheur, mais aussi de leur dépression, isolement et ennui : selon ces recherches, les femmes étaient plus dépressives que les hommes car elles étaient plus conscientes des problèmes de la famille, elles vivaient ces difficultés et cette insatisfaction comme un échec personnel.

Les femmes blanches des classes supérieures préféraient devenir « épouses » et « mères au foyer » plutôt que de travailler, même si de plus en plus de femmes rentraient dans le monde du travail. Peter G. Filene¹⁵³ affirme que seulement 60% des femmes trouvaient de l'estime de soi dans le travail, principalement les jeunes femmes. Filene affirme encore que cette préférence pour la maison n'était pas vraiment un choix puisque les opportunités de travail ouvertes aux femmes étaient très limitées pendant les années 1950, les femmes trouvaient dans la vie familiale et dans la maternité la sécurité et la stabilité dont elles avaient tant besoin. Pour ces femmes au foyer l'indépendance et la solitude étaient source d'inquiétude et de craintes, la peur de rester célibataire et seule était un sentiment extrêmement répandu dans la société américaine de l'après-guerre.

Dans l'étude réalisée par Elaine Tyler May¹⁵⁴ sur les familles blanches des années 1950 la maternité est décrite par les femmes comme « le meilleur travail qu'on peut avoir » et les enfants comme leurs plus belles réalisations. Elles se réjouissaient aussi du statut social que leur rôle de mères et d'épouses leur donnaient, et leur réponse à la question « à quoi avez-vous renoncé pour le mariage ? » était toujours la même : « à rien ». En contrepartie, à la question sur ce que le mariage leur apportait, les femmes répondaient : « le bonheur, une famille, des enfants, un sentiment de sécurité et d'accomplissement », les hommes répondaient que le mariage leur apportait « le bonheur, la famille et le sens des responsabilités ».

¹⁵³ Filene, P. G. (1998). *Him/Her/Self: Gender Identities in Modern America*. Maryland: The Johns Hopkins University Press. P. 168.

¹⁵⁴ May, E. T. (1999). *Homeward Bound: American Families in the Cold War Era*. NY: Basic Books.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Clairement, pour ces femmes, les enfants étaient plus importants que leurs maris et cela était représenté par une vision très pratique et pragmatique du mariage, le romantisme n'était pas vraiment une priorité. Elaine T. May démontre également que les femmes voyaient le mariage comme une manière sécurisée et stable d'avoir des enfants, leur principal objectif et source de satisfaction, leur mari était parfois considéré seulement comme une figure nécessaire pour la construction d'une « famille parfaite ». Avoir des enfants et une famille était beaucoup plus important et représentait beaucoup plus qu'être justement une « épouse ».

Malgré le radicalisme de leurs perceptions, ces femmes multipliaient les efforts pour accepter l'image de la « femme parfaite » et pour la personnifier de la meilleure façon : le caractère poignant de leur vie, de la vie de toutes les femmes qui ont souffert de ce que Betty Friedan appelait «le problème sans nom» était qu'elles voulaient plus, beaucoup plus. Elles voulaient plus parce qu'elles étaient des femmes privilégiées qui vivaient dans une société capitaliste en expansion et qui promouvait l'éducation et le travail pour les femmes, à une époque où les modèles traditionnels laissaient place à un système plus égalitaire que les décennies passées. Cependant, à la différence des femmes des années 1960 et 1970, elles n'étaient pas assez jeune ou assez indépendantes pour participer des nouvelles possibilités et opportunités.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

2.2. Le piège de la « femme au foyer parfaite »

2.2.1. « La prison dorée »

Il semble clair que les femmes au foyer considéraient leur famille et leurs enfants comme étant plus importants que leur indépendance et accomplissement professionnel, la maternité était plus que le lien qui solidifiait le couple, mais la réalisation de toute une vie. Leur engagement était envers leurs enfants et leur rôle de « mère parfaite », pas spécialement envers le mariage et leurs maris. Beaucoup de femmes n'étaient pas comblées, mais restaient prisonnières de leur besoin à avoir un mariage réussi, malgré leurs ambivalences, elles croyaient que c'était leur « devoir » de rendre leur mari heureux. L'image et les apparences étaient fondamentales pour ces familles blanches qui vivaient dans les nouvelles banlieues. Paraître une « famille parfaite » devenait beaucoup plus important que l'être réellement.

Pendant la guerre, des millions de femmes étaient retournées au travail, encouragées à travailler dans les usines pour aider à l'effort de guerre. Ces femmes ont découvert qu'elles pouvaient mener à bien le « travail des hommes » et gagner des salaires plus élevés habituellement liés à ces postes. Bon nombre d'entre elles ont refusé de laisser cette vie professionnelle après la guerre et, en réponse à ce phénomène, le gouvernement a lancé une campagne pour les convaincre de retourner à leur rôle des femmes au foyer. À la télévision et à la radio, les campagnes officielles les encourageaient à revenir à la maison. Selon cette idéologie fondée sur la famille et le retour de la domesticité, le devoir patriotique des femmes était de redonner aux hommes leur place dans le monde professionnel.

Clairement les femmes vivaient sur une très forte pression sociale pour reprendre leur rôle de mère et d'épouse idéale, qui consacrait tout leur temps et leur attention à la famille et à la maison. Les nombreux efforts des gouvernements américain et britannique en faveur de cette campagne pour le retour des femmes à la maison étaient nécessaires, voir indispensables, car beaucoup de femmes qui jusqu'à maintenant travaillaient pour subvenir aux besoins de leur famille n'étaient pas prêtes à renoncer à cette autonomie. Elles réalisaient qu'elles avaient les mêmes capacités que leurs maris : gérer les finances de la famille, réparer la voiture et

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'électroménager et, surtout assurer les besoins des enfants. Plus qu'une campagne pour le retour au rôle traditionnel de « femmes au foyer », l'idéologie sociale et culturelle de l'après-guerre idéalisait une femme obéissante et soumise à son mari.

Pourtant, un très grand nombre de femmes appartenant aux classes sociales plus défavorisées continuaient à travailler dès que leurs enfants atteignaient l'âge scolaire. Ces familles avaient besoin d'un deuxième revenu pour survivre et ces femmes étaient prêtes à défier la campagne nationale pour leur retour à la maison.

Avec le retour des hommes et ce renforcement du rôle de la femme comme « mère », « épouse » et « femme au foyer », énormément d'ouvrières américaines et britanniques ont repris leur place à la maison. Betty Friedan décrit la routine quotidienne de ces femmes à travers des témoignages bouleversants :

« Ah oui, qu'est-ce que je fais de mes journées ? Bon, je me réveille vers 6h du matin. Je prépare mon fils pour aller à l'école et je lui donne le petit-déjeuner. Après son départ je fais la vaisselle et je m'occupe du bébé. Je déjeune et pendant la sieste des enfants je couds, je fais le repassage et nettoie la maison. Plus tard, je prépare le dîner pour la famille et le soir je refais la vaisselle pendant que mon mari regarde la télé. Je mets les enfants au lit et me prépare pour dormir. »¹⁵⁵

« Je me demande pourquoi je suis aussi frustrée. Je suis en bonne santé, j'ai de beaux enfants, une belle nouvelle maison, de l'argent. Mon mari a une carrière prometteuse. Il n'a pas tous ces problèmes que j'ai, ces sentiments. Il dit que peut-être j'ai besoin de vacances, de passer un weekend à New York, mais ce n'est pas ça. J'ai toujours pensé qu'on devrait tout faire ensemble, je ne peux même pas lire un livre seule. Si les enfants font leur sieste, je ne fais rien, je tourne dans la maison jusqu'à qu'ils se réveillent. Je ne fais rien sans savoir ce que les autres font, sans savoir la tendance du moment. Depuis qu'on est toutes petites quelqu'un nous dit quoi faire : aller à l'école, à l'université, se marier, avoir des enfants... Et un jour vous vous réveillez, et là, il n'y a plus rien à espérer. »¹⁵⁶

A la fin des années 1950 le « problème de la femme au foyer » devenait un vrai phénomène et commençait par briser l'image de la « femme parfaite » et de la « famille parfaite » que les

¹⁵⁵ Friedan, B. (1997) [1963]. *The Feminine Mystique*. NY: W.W. Norton & Company. p. 65.

¹⁵⁶ Op. cit. 112.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Américains et les Britanniques cherchaient tellement. Même si l'insatisfaction et la détresse de ces femmes au foyer devenaient de plus en plus visibles dans les médias, les explications pour tel sentiment étaient toujours simplistes et superficielles. L'idée que l'éducation et les grandes attentes des femmes était la cause de leurs frustrations était très populaire à l'époque, leur rôle en tant que mère et épouse ne leur suffisait plus. Selon cette idée, les femmes qui ont fait de grandes études ne savaient pas se contenter de leur vie de famille et de leur quotidien à la maison, elles voulaient toujours plus : en effet, la culture populaire tenait les femmes responsables de leur insatisfaction.

Les spécialistes suggéraient une meilleure préparation des jeunes filles à la vie de femmes au foyer : des cours de cuisine, la façon d'organiser une maison, ou des groupes de soutien pour aider les enfants. Les magazines féminins débordaient d'articles sur la détresse des femmes au foyer, sur comment se sentir plus utile, comment garder son mari et comment organiser la maison. Il était même considéré de ne plus accepter les femmes dans les universités, étant donné que leur frustration était considérée comme conséquence de la rupture avec leurs ambitions professionnelles. La difficulté était que le « problème de la femme au foyer » n'était pas toujours compris et accepté, la culture populaire affirmait que ces femmes n'avaient pas de raisons d'être aussi déprimées ; d'après cette pensée, les femmes au foyer avaient tout pour être heureuses : pas de patron, pas d'horaires, pas de stress, une « liberté » que les femmes des autres époques ont cherchée pendant longtemps.

Un article du *New York Times* disait « Toutes disent être frustrées par le manque de privacité, par la fatigue et par la routine, mais aucune de ces femmes accepterait d'abandonner cette vie », tandis que *Redbook* publiait « Très peu de femmes accepteraient de changer leur vie de famille et partir seule ».

Un très grand nombre d'Américaines et de Britanniques cherchaient de l'aide auprès des psychologues. Ces femmes au foyer souffraient d'anxiété, de dépression et de solitude, mais leur principale peur était le sentiment d'être seules à se sentir comme cela. En effet, chacune de ces femmes au foyer pensait que le problème venait uniquement d'elle et ne pouvait imaginer que des millions d'autres femmes, aux Etats-Unis ou au Royaume-Uni, avaient le même sentiment de frustration et de détresse.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Selon Betty Friedan, ces « femmes parfaites » qui jadis étaient admirées, enviées et respectées, commençaient à être vues comme des victimes ou comme des hystériques insatisfaites de la vie. Elles recevaient des conseils de psychologues, de spécialistes du mariage et des magazines féminines, mais elles se posaient toujours la même question : « La vie ne se résume-t-elle qu'à des couches, à des biberons et à des aspirateurs ? ».

Il n'était plus possible d'ignorer la souffrance de toutes ces femmes, mais les raisons de telle détresse n'étaient toujours pas connues, l'idée que ces femmes n'avaient pas le droit d'être frustrées parce qu'elles avaient des commodités auxquelles les femmes des autres pays ne pouvaient rêver ne semble pas être plausible, ni réelle. Le « problème de la femme au foyer » n'était pas le résultat d'un manque matériel –en réalité, les femmes des classes populaires ne ressentaient pas cette frustration car leur travail occupait une bonne partie de leur vie- les femmes qui cherchaient une nouvelle vie dans une nouvelle maison, une nouvelle banlieue, avec une nouvelle décoration ou avec un nouvel enfant, se rendaient compte que leur frustration les suivait toujours.

« Les matins à la maison ressemblent à un film de Marx Brothers. Je fais la vaisselle, amène les enfants à l'école, cultive mon jardin, j'appelle des autres mères à propos d'une réunion des parents, prends soin du bébé, lance une machine et lis rapidement le journal. En réalité, rien de ce que je fais n'est vraiment important, mais je me vois comme une femme au foyer accomplie. Nous, les femmes au foyer d'aujourd'hui, sommes revenues à notre cage dorée, la maison. La différence est que maintenant cette cage est moderne, équipée et colorée. »¹⁵⁷

Si le secret pour le bonheur des femmes était vraiment la maternité, les femmes des années 1950 et 1960 auraient dû être les plus heureuses du XXème siècle car elles avaient de plus en plus d'enfants, si le bonheur venait de l'amour, jamais les femmes ne l'ont autant recherché que pendant les années d'après-guerre. Quelques psychologues disaient que le « problème des femmes » était le fait qu'elles n'avaient pas une personnalité définie et que seulement leurs maris pouvaient leurs donner un sentiment d'accomplissement.

En même temps, de nouvelles anxiétés et inquiétudes devenaient de plus en plus répandues : la relation trop fusionnelle entre les femmes au foyer et leurs enfants soulevait des questions

¹⁵⁷ Op.cit. 111. p. 73.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

sur l'autonomie et sur la construction de la personnalité de ces enfants. Les spécialistes de l'éducation infantile disaient que cette vie trop protégée et encadrée ne pouvait que développer des angoisses chez l'enfant ainsi que détériorer le développement de leur indépendance. La principale question était, selon ces mêmes spécialistes, la construction de la virilité masculine chez les garçons.

Le « problème de la femme » était-il lié à la routine de ces femmes au foyer ? Questionnées, elles décrivaient leur quotidien et exposaient leur ennui et tristesse. Et si cette vie tellement « parfaite » et encadrée était la principale cause de la frustration féminine ? Leurs rôles de mères, épouses, amantes, ménagères, cuisinières, conductrices, décoratrices, éducatrices et consommatrices étaient-ils la raison de leur souffrance ? Leurs journées étaient organisées et fractionnées par la vaisselle, la lessive, les pleurs du bébé, la cuisine, le téléphone, le ménage, les achats, les devoirs et les désirs du mari. A la fin de la journée, les femmes au foyer américaines et britanniques étaient épuisées, tellement épuisées que la « fatigue de la femme » devenait un problème courant dans les magazines et émissions télévisées. Des millions des femmes fréquentaient les cabinets médicaux à la recherche du soin de leur « fatigue physique et mentale », même si elles dormaient plus que la majorité des personnes – dix heures par jour en moyenne.

Les médecins et psychologues prescrivaient aux femmes des tranquillisants, des voyages, des distractions, des lectures et même des heures de travail dans un domaine de leur préférence. Mais les chaînes qui les emprisonnaient n'étaient pas matérielles, ne pouvaient pas simplement être jetées et abandonnées, elles étaient psychologiques, permanentes, éternelles. Ces chaînes étaient faites d'idées préconçues, de frustrations, de désespoir et de rêves abandonnés, elles étaient invisibles.

« Si je ne me trompe pas, ' le problème des femmes ' n'est pas associé à un manque de féminité, ni aux années d'études ou à la pression nationale pour le retour à la maison. Il est beaucoup plus complexe et important. Interpréter ce problème est essentiel pour comprendre les relations conflictuelles entre les femmes, leurs maris, leurs enfants et leurs psychologues.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Elle est peut-être la clé pour notre futur, nous ne pouvons plus ignorer la voix intérieure de millions des femmes qui dit : 'Je veux plus que mon mari, mes enfants et ma maison' ». ¹⁵⁸

Pendant ses recherches, Betty Friedan a récolté d'innombrables témoignages de femmes qui racontaient leur réalité, leur quotidien, leur souffrance et, dans quelques cas, leur bonheur et fierté d'être « femme au foyer ». Un nombre considérable d'entre elles avait trouvé l'équilibre entre leur vie de famille et leurs projets professionnels à travers des postes à temps-partiel, tandis que d'autres étaient vraiment comblées par leur rôle de femme au foyer, leur quotidien se résumait à prendre soin des enfants, de la maison, à cuisiner et à se plier aux volontés des hommes, mais elles étaient heureuses et assumaient complètement leur soumission. Néanmoins, la grande majorité des femmes entendues par Friedan souffrait de dépression et d'anxiété, résultat du « problème des femmes au foyer ». Ces femmes étaient en détresse, mais personne ne les écoutait, leurs maris les trouvaient « capricieuses » et la société les voyait comme des femmes frivoles et superficielles.

Dans une banlieue aisée, B. Friedan a interviewé un groupe constitué de vingt-huit femmes au foyer, seulement l'une d'entre-elles travaillait –à temps partiel-, les autres étaient de « vrais femmes au foyer » et dépendaient complètement de leurs maris. Selon l'auteur, dix-neuf de ces vingt-huit femmes avaient accouché par voie basse, vingt, donnaient le sein, la grande majorité d'entre elles étaient enceintes en étant déjà mères de quatre ou cinq enfants. Friedan raconte que pendant la réunion avec ces femmes, une petite fille a dit qu'elle voulait être médecin une fois adulte, sa mère lui a répondu instantanément : « Non ma chérie, tu es une fille, tu seras une femme au foyer comme maman ».

Derrière cette image de « femme parfaite », beaucoup d'entre-elles cachaient une réalité bien plus sombre : de ces vingt-huit femmes, seize faisaient un traitement psychologique, dix-huit étaient sous tranquillisants, plusieurs avaient tenté le suicide ou été internées dans des institutions psychiatriques. Selon le médecin local, quelques femmes avaient déjà eu des crises psychotiques et se retrouvaient nues dans les rues en pleine nuit ou nourrissaient tellement leurs bébés que leurs nouveau-nés faisaient des malaises.

¹⁵⁸ Maslow, E. (1971). *Storybook Lives: Growing Up Middle Class. Liberation Now*. NY: Dell Publishing. p. 78.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En effet, il était très courant que des femmes qui n'ont jamais eu de problèmes psychologiques auparavant développent des troubles psychotiques après leur acceptation et personification de la « femme parfaite » des années 1950. Cela ne pouvait pas être une simple coïncidence. Elles se ressemblaient toutes : avec un court parcours universitaire – interrompu par le mariage et par la maternité- elles avaient le désir invisible d'être plus qu'une femme au foyer, leur sérénité apparente cachait un quotidien ennuyeux, organisé à la minute près, et une extrême nécessité de se confier sur le « problème de la femme au foyer ». Elles ne savaient plus qui elles étaient, seulement « mères » et « femmes au foyer ».

« Je cherche à me distraire. Je crois que ça doit être merveilleux de travailler, de se sentir utile. Mais je ne sais rien faire. Mon mari ne croit pas que les femmes doivent travailler. Je donnerais tout pour avoir des enfants en bas âge à nouveau. Mon mari m'a dit de chercher quelque chose qui m'occupe pendant les journées –quand mon mari est au travail et les enfants à l'école- et que je n'ai pas besoin de travailler. Donc, j'ai commencé à jouer au golf, tous les jours, pendant trois ou quatre heures. Au moins, je dors bien la nuit... »¹⁵⁹

Friedan raconte encore le cas de deux femmes d'une autre banlieue américaine qui avaient la même grande maison, avec un grand salon, une cuisine ouverte vers la salle à manger, une bibliothèque, quatre chambres et un très grand jardin ; toutes les deux avaient trois enfants et un mari bien serviable à la maison. Les deux familles avaient des femmes de ménage deux fois par semaine et leurs maisons étaient impeccables, la cuisine et les tâches du quotidien comme emmener les enfants à l'école, faire la vaisselle et la lessive, étaient réalisées par la femme elle-même. La première épouse était femme au foyer, toujours très occupée, avec un air de préoccupation et de frustration sur son visage et, selon elle, n'avait le temps pour rien d'autre ; la deuxième femme était microbiologiste et s'organisait pour que toutes les tâches ménagères soient finies avant son départ de la maison à neuf heures du matin, ou après son retour vers dix-sept heures. La femme au foyer disait ne pas avoir le temps pour travailler ou pour s'investir dans les problèmes de sa communauté, elle était trop occupée à nettoyer, à cuisiner ou encore à conduire les enfants à leurs activités. La femme scientifique, qui travaillait huit heures par jour, jouait dans un groupe de jazz et participait activement à la vie politique de sa région. Comment est-ce que deux familles, de la même taille, avec des revenus

¹⁵⁹ Op .cit 155. p. 337.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

similaires, le même type d'aide à domicile et la même maison exigeaient beaucoup plus de la femme au foyer que de la femme scientifique ? L'étude de Betty Friedan démontre que les femmes au foyer qui commençaient à travailler à temps-partiel ou qui reprenaient les études étaient toujours surprises de voir que les tâches ménagères qui avant leur prenaient toute la journée, pouvaient désormais être faites en une ou deux heures.

Comment les tâches domestiques qu'une femme pouvait accomplir en une heure pouvaient occuper toute la journée d'une autre femme au foyer avec les mêmes tâches et selon les mêmes conditions ? Cette question ne peut être expliquée que par la compréhension des contradictions du « problème de la femme au foyer » : cette idéalisation de la femme et de son rôle de « mère » et « d'épouse » se développait en même moment que les barrières de la société s'ouvraient à elles, au moment où de plus en plus de femmes conciliaient leur vie de famille et leurs ambitions professionnelles. Il est clair que cela était dû à la difficulté que les Américains et les Britanniques de l'après-guerre avaient à accepter de la femme comme individu à part entière, réminiscence des anciennes valeurs. Les femmes pourraient-elles combler leurs ambitions et leurs capacités dans leur rôle de femme au foyer de la même manière que les hommes le faisaient dans le monde du travail ? Cuisiner, faire le ménage ou changer des couches était considéré aussi important que faire de la recherche scientifique, aller dans l'espace, ou être professeur. Une apparente « égalité » était établie.

Comme réponse, les femmes au foyer devaient occuper leurs journées avec les tâches « les plus importantes qu'une femme pouvait accomplir », s'occuper de la maison et de la famille étaient une manière de se sentir importante, utile et appréciée. En contrepartie, cela devenait un cercle vicieux : plus la femme voulait se sentir accomplie, plus elle s'occupait de la maison et plus elle se sentait superficielle. Cela expliquait le fait que, même avec tous les nouveaux appareils domestiques et les nouvelles technologies, les tâches ménagères prenaient autant de temps, parfois toute une journée, pour être réalisées.

« Quand le *Feminine Mystique* a incité les femmes à quitter le monde professionnel et à retourner à la maison, leur rôle de femme au foyer a repris une importance absolue dans leurs vies. En même temps que les nouvelles technologies facilitaient les tâches ménagères, de plus en plus de corvées étaient nécessaires pour occuper toute une journée. De cette façon, avec de

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

plus en plus de travail domestique, les temps de la femme au foyer était plus que rempli, parfois, une journée n'était pas suffisante pour tout accomplir ». ¹⁶⁰

Toujours selon Betty Friedan, la femme au foyer des années 1950 et 1960 travaillait plus que sa mère dans des décennies passées : si elle avait un frigidaire et un congélateur pour lui faciliter son quotidien, elle passait désormais plus de temps à cuisiner ou, si elle avait une machine à laver et un sèche-linge, elle changeait les draps de toute la famille deux fois par semaine au lieu d'une seule fois. La femme cherchait toujours, et de plus en plus, à occuper son temps libre. Friedan affirmait encore que les femmes au foyer de l'après-guerre travaillaient environ soixante heures par semaine pour accomplir toutes les tâches ménagères que les femmes qui travaillaient en dehors de la maison accomplissaient en deux fois moins de temps. En effet, la frustration, l'ennui et le sentiment de vide poussaient ces « femmes au foyer » à travailler de plus en plus à la maison, à accomplir de plus en plus de tâches ménagères et à s'occuper des enfants de manière de plus en plus protectrice, même obsessionnelle parfois.

La femme avec « seulement » deux enfants qui vivait dans un petit appartement en ville rêvait d'aménager dans une banlieue neuve, où des maisons modernes et spacieuses n'attendaient que les familles qui cherchaient la tranquillité et une ambiance familiale. Elle disait que c'était « pour le bien des enfants » mais en réalité ce déménagement était une manière de se sentir à nouveau utile, de voir combien la famille et la maison avaient besoin de ses soins. Les maisons de banlieues étaient très grandes, avec un grand salon, une cuisine tout équipée, une salle à manger, une bibliothèque ou salle de jeux, plusieurs chambres et un vaste jardin ; tout cela demandait beaucoup de travail et la femme au foyer avait toute sa journée prise par les tâches ménagères, la cuisine, le jardinage et les interminables trajets entre la maison et les activités des enfants.

Néanmoins, quand le déménagement était fini, la maison décorée, les enfants adaptés à l'école et le mari comblé au travail, les femmes se retrouvaient à nouveau seules, déprimées et débordées par les tâches ménagères. Elles se remettaient à chercher une nouvelle décoration,

¹⁶⁰Bowlby, R. (2000). *Carried Away: The Invention of Modern Shopping*. NY: Columbia University Press. P.348. p. 342.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

une nouvelle coiffure, à avoir un autre bébé ; tout cela pour « combler » le vide qui persistait malgré le nouveau quartier et la nouvelle maison.

Mais est-ce que les banlieues incitaient les femmes à devenir « femmes au foyer » ou est-ce le contraire, la valorisation et l'idéalisation de la femme au foyer qui poussaient le développement de ces nouveaux quartiers ? D'après B. Friedan, les femmes qui avaient une carrière préféraient rester dans des grandes villes, pour les opportunités de travail, les structures éducatives et les facilités de la vie urbaine, tandis que les femmes au foyer favorisaient la vie en banlieue et le style de vie que ces quartiers véhiculaient.

2.2.2. La presse féminine et les médias : des puissants vecteurs d'idéologies ?

Les années d'après-guerre étaient marquées par une augmentation sans précédent du niveau de vie des populations des grands pays industrialisés. Cette dynamique bouleversait les modes de vie, qu'il s'agisse d'alimentation, de travail, de culture ou bien encore de santé. Elle concernait également les pratiques liées au son et à l'image qui, d'exceptionnelles, devenaient simples et quotidiennes pour le plus grand nombre d'Américains et de Britanniques. La télévision constituait l'un des éléments les plus visibles de cette « révolution des médias » dans les deux pays, l'autre facteur essentiel était sans doute le développement de la presse féminine.

Si les premières expériences de « télévision » ont eu lieu pendant l'entre-deux-guerres, les postes de télévision ne commençaient à être installés dans les foyers américains et britanniques qu'après la Seconde Guerre mondiale. Leur développement a d'abord été important aux États-Unis dès la fin des années 1940. Dans un climat d'intense concurrence, l'équipement du pays progressait rapidement, les Américains ayant même accès à la couleur dès le début des années 1950. Les fabricants de postes récepteurs rivalisaient pour proposer des modèles dotés d'écrans de plus en plus grands.

Cependant, de l'autre côté de l'océan, la télévision a connu des débuts plus difficiles en raison des séquelles du conflit mondial. Le Royaume-Uni, déjà en pointe à la veille de la guerre, était

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

le plus dynamique des pays européens grâce aux efforts de la BBC et aux efforts d'une industrie électronique de haut niveau.

En 1944, quatre réseaux privés de télévision hertzienne apparaissaient aux Etats-Unis: ABC, CBS, NBC et DuMont (qui disparu en 1956). En même temps une seule chaîne était disponible dans les foyers britanniques, la BBC dominait la télévision dans le pays depuis sa création en 1936. En 1955 une deuxième chaîne britannique voyait le jour : l'ITV.

La particularité de la télévision américaine par rapport aux télévisions européennes était d'avoir été dès l'origine un média essentiellement privé. De plus, ces grands réseaux hertziens étaient également des réseaux radiophoniques, et les premières émissions de télévision étaient simplement des programmes radiophoniques filmés, dans les studios de *Radio City* à New York.

Les années 1950 furent un tournant dans l'histoire de la télévision, avec un taux d'équipement des ménages qui explosait aux Etats-Unis. En effet, en 1949, il n'y avait encore que 2% des foyers américains qui possédaient une télévision, mais en 1956, ils étaient déjà 70% à en être équipés. Au même moment, le Royaume-Uni comptait uniquement 14% de maisons équipées avec un poste en 1952, 21% en 1953 et 31% en 1954¹⁶¹. Cette nette avance des Etats-Unis peut donc expliquer le fait que ce pays allait être le berceau de la production télévisuelle.

Fait intéressant, dès ces années-là, les Américains passaient quatre heures en moyenne par jour devant leur poste de télévision¹⁶². Les Britanniques eux, avaient, en moyenne, deux heures de programmes télévisés par jour en semaine et jusqu'à sept heures journalières pendant les weekends. Ce divertissement s'avérait être déjà un phénomène de société. Cette technologie encore nouvelle allait alors s'inspirer du modèle radiophonique, mais allait aussi faire preuve d'innovations pour créer son propre modèle. La télévision s'apparentait donc à un grand laboratoire. Pour cette raison, cette décennie de bouillonnements créatifs de la télévision est qualifiée par les historiens de « premier âge d'or de la télévision » où naîtront ce que l'on peut qualifier les « grands classiques ».

¹⁶¹ Ferguson, M. (1983). *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres: Heinemann. p.136.

¹⁶² Ibid.p.138.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Dès leurs débuts, aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, les programmes familiaux télévisés s'inscrivaient dans la tradition du spectacle court et comique, et étaient faits pour plaire aux familles de classe moyenne. Néanmoins, les familles se lassaient du style et réclamaient des programmes où serait intégrée une continuité narrative. Apparaissaient alors les premières sitcoms familiales, une sitcom étant une série comique tournée en studio, devant un public, et avec trois caméras fixes. Les problématiques rencontrées par ces familles étant proches du vécu quotidien des familles spectatrices, l'audience était conquise.

The Ruggles est l'une des premières sitcoms américaines. Elle apparaît en 1949. Le modèle de tournage de cette série était encore calqué sur le modèle radiophonique et théâtral, puisque la sitcom est tournée en public et diffusée en direct. *The Ruggles* n'exploitait donc pas encore toutes les possibilités techniques qu'offrait la télévision, notamment la possibilité d'enregistrer et de retransmettre en différé. De plus, les scripts étaient écrits au jour le jour. Pour cette raison, ce modèle était particulièrement complexe à maintenir. Malgré cela, *The Ruggles* a réussi à se maintenir pendant trois saisons.

Cela menait à une nouvelle évolution du genre, avec la création de *I love Lucy* en 1951, qui était la première sitcom enregistrée au préalable de l'histoire. *I love Lucy* est en fait la transposition du programme radiophonique *My Favorite Husband*, transmis par CBS, à la télévision. Les épisodes étaient ainsi écrits et tournés en amont, allégeant la pression que l'on retrouvait sur les tournages en direct, mais gardait le tournage traditionnel en présence d'un public, pour garder la sensation de direct. Interprétée par Lucille Ball et son mari à la ville Desi Arnaz, la série racontait l'histoire de Lucy, épouse d'un chef d'orchestre d'origine cubaine appelé Ricky Ricardo, qui rêvait de quitter ses fourneaux pour faire du music-hall. Cette comédie abordait donc déjà le thème de l'émancipation féminine par le travail, et était l'œuvre d'une femme, Lucille Ball, qui sera la première à concevoir la synergie qu'il peut y avoir sur le plan économique entre le cinéma et la télévision, pour rentabiliser décors, matériels, techniciens et mêmes acteurs regroupés en un seul lieu.

Le modèle de la série à suspens fit aussi son apparition, avec *Alfred Hitchcock Presents*. Elle était qualifiée d'« anthologie » : les épisodes ne se suivaient pas, et elle ne portait aucun personnage récurrent. La ligne conductrice de cette série était l'intervention d'Alfred Hitchcock au début et à la fin de chaque émission.

Notons que, dès ses débuts, la télévision faisait appel à des professionnels du théâtre, du cinéma, de la radio et de la littérature. Cela a donc pour effet de favoriser la naissance de

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

programmes de qualité, qui réussissent à tenir en haleine leur public. Les méthodes d'écriture en groupe par les scénaristes firent d'ailleurs leur apparition dès ces années-là.

Au Royaume-Uni, l'ITV diffusait des séries américaines de grand succès, comme *I Love Lucy* et *The Ruggles*, ainsi que les jeux télévisés *Take your Pick*, *Double your Money*, *Opportunity Knocks*, et *Sunday Night at the London Palladium*.

Mais la télévision britannique avait une spécialité bien spécifique, le *Period Drama*, aussi appelée *Historical Drama*. Ces programmes étaient souvent plus connus pour leur histoire d'amour, mais cela se révélait bien réducteur, les séries anglaises historiques se limitaient rarement aux simples enjeux romantiques, mais elles délivraient une étude sociale, une analyse de l'évolution culturelle du pays, aussi que des scènes d'action et bien plus encore. Si le genre n'avait pas de frontière, il était aussi — pour des raisons justifiées — associé à l'Angleterre qui s'est imposée comme une référence en la matière. Le *Period Drama* est intrinsèquement lié à l'évolution de la série télévisée britannique, incarnant presque à sa façon les hauts et les bas de leur production.

Les années 1950 et 1960 marquaient une longue période au cours de laquelle le *Period Drama* s'est affirmé et a pris de multiples directions, offrant au genre différentes couleurs et subtilités. Le Royaume-Uni s'imposait donc pendant ces années comme le pays maître en la matière dans tous les registres (peinture sociale, humour, satire, tragédie, faits historiques, adaptation, légendes, etc.). Ces productions allaient participer et façonner l'image du *Period Drama* Britannique d'aujourd'hui.

Si de nos jours, les *Period Dramas* sont perçues comme plus orientées vers un public féminin, il fut un temps où ce n'était pas le cas. *The Adventures of Robin Hood* (1955) était suivie avec beaucoup d'attention par les petits garçons de cette époque. Première série internationale faite par des Britanniques, la série mettant en scène Richard Greene dans le premier rôle, coûtait très cher à la chaîne anglaise ITV mais cet investissement s'avérait payant. Le programme rencontrait tout de suite le succès des deux côtés de l'Atlantique – elle était diffusée sur CBS aux Etats-Unis – devenant l'un des plus gros succès de l'époque.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Originellement diffusée sur *BBC Two*, *The Forsyte Saga* (1965) avait pour vocation de pousser le spectateur vers cette chaîne. Il fallut attendre ses rediffusions sur *BBC One* en 1968 pour que le programme rencontre le succès — avec 18 millions de téléspectateurs pour le final en 1969. Au vu de sa large audience, *The Forsyte Saga* s'est donc affirmé comme une série suivie autant par les hommes que par les femmes et ayant en son temps suscité quelques controverses. À cause de son image en noir et blanc, elle ne fut plus diffusée à la télévision britannique après le passage à la couleur en 1969.

Un autre média qui avait un grand pouvoir d'influence, surtout parmi les femmes, était la presse féminine. Les magazines féminins avaient une longue histoire aux Etats-Unis —la première publication américaine a vu le jour en 1741- et au Royaume-Uni —où le premier magazine féminin a été publié en 1693, mais c'est à partir de XXème siècle que ces publications allaient vraiment changer ces deux cultures.

Pendant les premières décennies du nouveau siècle, les magazines féminins américains et britanniques focalisaient leurs contenus uniquement sur les femmes, et non sur toute la famille.

Aux Etats-Unis les publications féminines devenaient partie intégrante des grands médias nationaux. *Ladies' Home Journal*, *Woman's Home Companion*, *Good Housekeeping*, *Delineator*, *Pictorial Review* et *McCall's* formaient le très populaire « club des grands six », ils étaient les principaux magazines du pays, que ce soit par leur influence ou par leur impressionnant tirage mensuel. Au Royaume-Uni la presse féminine était dominée, dès 1920, par *My Home*, *Woman and Home*, *Housewife* et *Women's Day* ; cinq sur six Britanniques¹⁶³ lisaient leurs magazines préférés toutes les semaines et en demandaient toujours plus.

La Seconde Guerre Mondiale n'a pas seulement changé la presse pendant sa durée, mais a transformée les publications féminines pour toujours. Des débats sur le rôle social économique et culturel de la femme ont vu le jour dans les deux pays durant les années qui ont suivi la fin de la guerre. La presse féminine était le principal outil pour façonner et diriger ces débats. L'encouragement de la main d'œuvre féminine s'effaçait petit à petit de ces

¹⁶³ Kynaston, D. (2009). *Family Britain: 1951-57*. Londres: Bloomsbury Publishing Plc.p 269.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

publications jusqu'au début des années 1950, quand l'exaltation de la « femme au foyer parfaite » dominait les idéologies américaine et britannique. Des compagnies pendant les dures et solitaires années de guerre, les magazines passaient à avoir un rôle beaucoup plus présent, outil et « didactique » dans la vie de ses lectrices.

Les débats sur cette presse sont bien connus, mais au fond celui qui est le plus intéressant est celui qui a trait la fonction sociale idéologique. Cette presse, très présente à l'époque, pourrait sans doute agir aussi sur les comportements des femmes en influençant leur esprit. En somme, elle aurait une fonction propagandiste en faveur d'une division encore traditionnelle des tâches, des rôles et des statuts selon une définition encore traditionnel du genre.

La manière dont ces publications traitaient les femmes serait, d'après les chercheurs de la critique féministe des médias comme M. Ferguson et S.Coontz, stéréotypée et réductrice. Néanmoins, une telle argumentation apportait encore très peu d'informations sur la manière dont les représentations «sexistes» étaient perçues et interprétées par les femmes elles-mêmes, ainsi que sur le « véritable » impact sur les mentalités et les comportements sociaux. La critique féministe qui a eu la plus grande influence sur les études des médias aux États-Unis, s'efforçait de promouvoir ou de changer les mentalités pour offrir aux femmes des opportunités de développement intellectuel et professionnel, et pour leur assurer des conditions sociales d'égalité et d'équité. Les théoriciens féministes soutenaient l'idée selon laquelle l'inégalité serait une question des préjugés sociaux envers les femmes, ce qui pouvait être résolu à travers une argumentation rationnelle pour identifier et montrer les éléments ou les aspects supposés responsables de ces préjugés. L'identité de genre était considérée par la critique féministe comme socialement construite, ce qui impliquerait qu'elle était d'abord un produit de circonstances et d'opportunités sociales et psychologiques variables.

Cette critique proposait en effet un type d'analyse qui suggérait une quasi relation de causalité et non une simple corrélation entre les messages de genre et les effets que ces messages produiraient, idéalement ou réellement, sur les mentalités, les attitudes et les comportements des lectrices. Les messages contenant des stéréotypes traditionnels de genre auraient pour ce courant des conséquences sur la formation identitaire et sur la production des rôles de genre. En outre, les lectrices seraient supposées recevoir toutes plus ou moins de la

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

même manière les messages de genre, quel que soit le contexte de la réception, leurs facteurs motivationnels et psychologiques ou leurs caractéristiques sociales et culturelles.

La presse féminine représentait l'un des produits médiatiques les plus dénoncés par la critique féministe, sans doute en raison de la très grande popularité dont elle bénéficiait auprès des femmes et en raison des innombrables représentations, images et modèles féminins qui y étaient associés.

« Les magazines féminins représentent l'une des institutions sociales les plus importantes de notre temps [...] ces magazines contribuent à la construction de l'image de soi de la femme et de l'image sociale de la femme. »¹⁶⁴

Parallèlement à ce courant dominant qui était la critique féministe des médias, les *Cultural Studies* anglophones adoptaient des procédures assez divergentes dans l'analyse des médias, à la place d'une analyse de contenu rapide et dénonciatrice pour les «féministes», des analyses de discours culturalistes et compréhensives pour les *Cultural Studies*. Ces derniers mettaient en œuvre un type particulier d'analyse des médias, en proposant un changement de paradigme, pour présenter une conception dynamique qui prendrait en compte le rôle actif de la lectrice, supposé passif par le courant féministe. L'idée que les productions médiatiques devaient être jugées comme des « miroirs » et des distorsions de la réalité, allait laisser place à une approche de la réception active des médias, une approche qui se plaçait «du côté» des lectrices. Le moment de la lecture des magazines devenait ainsi la clé pour la compréhension des effets de ces publications sur les femmes, comment les messages et le contexte- social, culturel, financier ou psychologique- qui entourait les lectrices déterminaient la signification et la puissance que ces messages allaient avoir sur leur public.

Les stéréotypes médiatiques des rôles de genre étaient et sont toujours considérés dangereux et réducteurs. La solution proposée par la critique féministe était une réduction massive de ces stéréotypes. Moins de stéréotypes et plus de contre-stéréotypes conduiraient à un affaiblissement des normes de genre, à la diminution du sexisme envers les femmes, et à l'égalité entre les individus.

¹⁶⁴Op.cit 161. p.1.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Pour la critique féministe, la simple exposition aux stéréotypes de la presse féminine renforcerait les normes sociales de la division des sexes, au détriment de l'émancipation des femmes. En revanche, pour la critique de type culturaliste, l'exposition à ce type de message n'apportait aucune réponse concernant l'intensité des effets des médias. Les lectrices adapteraient les contenus de cette presse et surtout leur usage à leur propre environnement cognitif, affectif et social.¹⁶⁵

« La réception de ce type de presse ne se produit pas dans un vide psycho-social, elle est régie fondamentalement par des déterminants psychologiques de personnalité, en interaction avec des facteurs socioculturels. La réception de la presse féminine est effectuée par un public féminin qui a conscience du contrat et des possibilités de négociation de ce contrat lors de la lecture. Les lectrices modulent leurs attentes par rapport au contenu et à la forme du message d'un article ou d'une publicité, selon le contrat de divertissement et de détente que présuppose la lecture d'un magazine de beauté/mode féminin et coproduisent les significations qui leur importent comme tout lecteur en réception.»¹⁶⁶

Nancy Walker¹⁶⁷ accentue, néanmoins, la difficulté de définir exactement à quel point les magazines féminins influençaient les vies des Américaines et des Britanniques, mais grâce à quelques indicateurs il est possible d'affirmer que ces publications avaient une très grande importance dans le quotidien des femmes pendant l'après-guerre. Walker signale comme un de ces indicateurs le nombre toujours grandissant de lectrices et d'abonnées aux magazines, cela dans les deux pays : la circulation des publications féminines a passée de quelques centaines au début XXème siècle à plusieurs millions après la Seconde Guerre Mondiale. En effet, à la fin des années 1950 le magazine américain *Good Housekeeping*, par exemple, comptait quinze millions d'abonnées et le britannique *Howewife* pouvait compter sur ces deux millions de lectrices chaque semaine.

¹⁶⁵ Dardigna, A.M. (1974). *Femmes-femmes sur papier glacé*. Paris: Cahiers libres. p.59.

¹⁶⁶ Chabrol, C., Vrignaud, P. (2006). Enquête psycho-langagière sur les effets de l'humour en publicité. *Questions de communication*, 10, 135-156.

¹⁶⁷ Walker, N. A. (1998). *Women's Magazines 1940-1960: Gender Roles and the Popular Press*. Boston: Bedford Books. p. 5.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Un autre indicateur accentué par l'auteur est le fait que les éditeurs ne choisissaient pas les sujets traités dans les parutions uniquement pour des raisons économiques ; Nancy Walker affirme que les relations entre les éditeurs et leurs lectrices étaient beaucoup plus interactives que les critiques laissent comprendre. Quelques magazines- comme *Ladie's Home Journal*, *McCall's* et *Housewife*- menaient régulièrement des sondages parmi leurs lectrices pour avoir l'opinion des femmes sur des sujets spécifiques ou simplement pour savoir sur quel sujets elles aimeraient lire des articles, même des lettres envoyées aux magazines étaient constamment publiées.

Les magazines féminins américains et britanniques étaient des éléments très actifs dans les changements sociaux et culturels de l'époque, ces publications étaient extrêmement importantes pour la diffusion et l'acceptation du nouveau mode de vie que l'après-guerre engendrait. Ils avaient un rôle multiple : donner des conseils sur la famille, les enfants, le mariage, la cuisine et le ménage, ainsi que représenter les intérêts des éditeurs, mais aussi –et surtout- divulguer l'image de la « femme parfaite » et renforcer l'idéalisation de la femme au foyer.

Pour bien comprendre les différents rôles joués par les magazines féminins aux Etats-Unis et au Royaume-Uni il semble essentiel d'imaginer une société profondément différente de la nôtre - une société où les seuls liens entre les familles et la culture populaire étaient la télévision et la radio. Les magazines étaient donc très importants dans la diffusion et la construction des valeurs, des habitudes et des aspirations des femmes et de leurs familles.

Ces publications étaient lues par des millions des femmes dans les deux pays, les principaux titres – *Ladies' Home Journal*, *Good Housekeeping* et *McCall's* aux Etats-Unis et *Housewife*, *Women's Day* et *My Home* au Royaume-Uni- pouvaient se vanter de listes d'abonnées allant de deux millions à douze millions de lectrices, mais le nombre réel de lecteurs pouvait être deux fois plus grand car les publications étaient souvent partagées entre les membres des familles, voisines et amies¹⁶⁸.

¹⁶⁸ Op.cit. 166. p .156.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Mais quelles étaient les vraies relations de ces publications avec la construction de ce nouveau mode de vie et de sa culture ? Comment les magazines interagissaient avec la politique et l'économie, mais aussi avec la consommation en masse et les nouvelles technologies qui caractérisaient autant la période ?

En réalité les magazines féminins des années 1950, 1960 et 1970 n'avaient pas comme objective principal l'engagement dans les débats politiques ou sociaux. Il semble très important de ne pas tomber dans l'erreur d'analyser ces publications non seulement comme diffuseurs de la culture de la consommation de masse mais que ceux-ci avaient également des relations complexes avec les autres valeurs culturelles de l'époque. Les éditeurs n'avaient pas l'intention d'organiser leurs publications uniquement sur ce que Betty Friedan appelait la « femme mystifiée »¹⁶⁹. Les magazines féminins - dans leur contenu éditorial ou commercial - étaient le résultat de négociations avec les autres forces culturelles de l'époque, y compris les conditions économiques, les nouveautés technologiques, les définitions de classe sociale, les changements dans le monde du travail et dans l'organisation familiale, et même avec les politique menées par les gouvernements.

Selon Fancesca Cancian et Bonnie Ross¹⁷⁰, ainsi que Gaye Tuchman¹⁷¹, les magazines féminins reflétaient plus les changements dans l'image de la femme que les autres médias – la télévision, les films ou les livres- même si leur représentation était limitée à la sphère « domestique ». En contrepartie, Helen Franzwa¹⁷² défend l'idée que ces publications ne suivaient pas l'évolution de l'image de la femme dans les sociétés américaine et britannique. La préoccupation avec l'apparence physique, la maison et les enfants restaient les principaux sujets des magazines, même si les femmes cherchaient à être représentées autrement. Ces quatre spécialistes semblent néanmoins d'accord pour affirmer que les magazines féminins peuvent être considérés de trois manières distinctes : comme une force de contrôle de valeurs traditionnelles sur le rôle de la femme, comme un miroir des changements sociaux et culturels qui cherchaient une nouvelle image des femmes; ou encore, comme un agent atone des

¹⁶⁹ Op. cit 155.

¹⁷⁰ Cancian, F. M., Ross, B. L. (1981). Mass media and the women's movement: 1900-1977. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 17. p. 9-26.

¹⁷¹ Tuchman, G. (1978). The newspaper as a social movement's resource. *Heart and Home: Image of Women in the Mass Media*. NY : Oxford University Press. p. 202-234.

¹⁷² Franzwa, H. (1975). Female Roles in Women's Magazine Fiction, 1940-1970. *Woman: Dependent or Independent Variable*. NY: Psychological Dimensions. p. 42-53.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

changements dans la perception et valorisation de la femme. D'après Cancian et Ross, les publications avaient les trois fonctions à un moment ou un autre, ce qui laisse à penser que pendant les années 1960 et la revitalisation du mouvement féministe américain et britannique les revues présentaient elles aussi les transformations dans le rôle des femmes.

Ainsi, les magazines féminins étaient-ils vraiment superficiels ? Il était vrai que ces publications avaient une tendance à survaloriser les thèmes les plus vendeurs- spécial amaigrissement, spécial famille, cuisine, maison...- ou encore les sujets aussi très accrocheurs comme le sexe, la psychologie, la mode, la décoration ou encore, la culture. Comme les femmes aimaient varier les plaisirs et être fidèles à plusieurs titres à la fois, les magazines féminins -pour défendre leur part du marché- se devaient d'avoir des couvertures toujours plus attrayantes. Les chercheurs qui s'arrêtent uniquement à cette façade (la couverture), passent à côté de la richesse éditoriale et iconographique de ces publications; leur force d'influence et leur puissance sont souvent sous-estimées et négligées. La première indication de l'influence incroyable de la presse féminine était sa diversité, sa puissance de diffusion, ses audiences extraordinaires, sa force de frappe médiatique.

Cela étant clarifié, ne serait-il pas intéressant de dépasser ce lieu commun d'une presse féminine superficielle pour étudier dans quelle mesure elle a contribué à l'idéalisation des femmes américaines et britanniques pendant les années 1950 et leur « libération » dans les années 1960 ? Et de quelle façon a-t-elle pu modeler les mentalités et les comportements féminins pendant les deux décennies ?

Même si lire un magazine qui était lu par des millions d'autres femmes était un acte passif et solitaire, le choix de ce magazine et des produits publiés dans cette revue était un acte réfléchi et conscient. Selon Michael Kammen,¹⁷³ les magazines féminins des années 1950 et 1960 reflétaient les changements sociaux et culturels des sociétés américaine et britannique, ces publications –ainsi que la télévision- étaient le meilleur moyen de diffuser et de consolider la consommation et la culture de masse.

¹⁷³ Kammen, M. (1999). *American Culture, American Tastes : Social Change and the Twentieth Century*. NY : Knopf.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Les publicités pourront être très intéressantes pour les historiens du futur : la mode, les tendances, les aliments et les nouvelles technologies pourront donner une vision globale de notre vie, ils donneront plus d'informations que n'importe quelle autre source ». ¹⁷⁴

Ces magazines partageaient un certain nombre de caractéristiques: une présentation généralement très soignée; un contenu qui répondait le plus souvent aux trois impératifs suivants : distraire, informer et conseiller; une volonté affichée d'accompagner et d'aider les femmes dans leur vie de tous les jours. Les magazines féminins voulaient être leurs conseillers et leurs confidents - que cela soit clairement dit ou sous-entendu -. Leur contenu présentait également plusieurs similitudes : des rubriques traitant et délivrant des conseils sur des thèmes considérés comme typiquement féminins (minceur, beauté, hommes, sexologie, cuisine, enfants, achats); des jeux, des tests, des articles culturels, des pages « horoscope », «loisirs », etc. et parfois, des articles ou dossiers sur des problèmes plus préoccupants comme la bombe atomique, la guerre froide ou encore, le danger communiste.

Plusieurs questions semblent essentielles pour la compréhension de l'impact de la presse féminine sur son public : Comment les magazines féminins définissaient-ils leurs lectrices ? De quelle manière les messages diffusés par ces publications étaient-ils interprétés par les femmes et à quel point ces messages reflétaient-ils la réalité ? Quelle image de la femme et de la féminité ces magazines véhiculaient-ils ?

A travers leurs titres, leurs couvertures, leurs photos et leurs publicités, les magazines féminins définissaient de manière très claire leur public: leurs définitions et représentations de la femme avaient une place à part entière dans la culture de l'après-guerre. Selon Marjorie Ferguson¹⁷⁵, la presse féminine était l'un des principaux symboles de l'idée que les sociétés américaine et britannique se faisaient de la femme et des sujets qui les intéressaient : la femme au foyer s'intéressait uniquement aux enfants, à la maison, au mariage, à la cuisine, à la consommation et, parfois, à des sujets plus culturels et informatifs.

¹⁷⁴ Op. cit. 103. p. 198.

¹⁷⁵Op.cit 161. p. 6.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Toujours selon Ferguson, le principal message que les magazines féminins diffusaient était celui qui démontrait que les femmes n'avaient pas une place importante dans la société active, mais uniquement dans « leur société », « leur monde » et « leur réalité ». Dans ces messages, les hommes étaient dessinés comme des héros, des méchants, des romantiques ou encore, comme des maris aimables et des chefs de famille. Les articles, les comportements et les produits étaient « adaptés » à l'œil féminin.

« Ce culte prétend que les femmes sont différentes des hommes et partagent une essence commune, qui transcende leurs différences individuelles (...) Ce système de croyances perpétue la loi naturelle de classification fondée sur les différences biologiques et la division sexuelle du travail. A un niveau plus complexe, ce culte procure la charte et les codes qui rendent légitimes les attitudes, les croyances, les comportements et les institutions à l'intérieur du monde féminin. »¹⁷⁶

En effet, on peut affirmer que les magazines féminins pouvaient ainsi contribuer non seulement à entretenir un sentiment d'appartenance au groupe des « femmes », par opposition à l'Autre masculin, mais aussi à la redéfinition de l'identité féminine, autrement dit, des caractéristiques ou tempéraments réputés féminins (sensibilité, séduction, maternité...) qui agissaient sur les pratiques et les représentations politiques plus ou moins spécifiques des lectrices. Sans tomber naïvement dans le cliché de la toute-puissance de la presse, le magazine féminin a peut-être été à la fois un révélateur et un vecteur- parmi d'autres et dont l'influence reste difficilement mesurable -des dispositions féminines.

« Pendant que la 'masculinité' consiste à penser, à agir, à façonner le monde, la féminité se cantonne dans une existence réduite au paraître». ¹⁷⁷

Selon Janice Winship¹⁷⁸, les magazines féminins faisaient appel aussi à l'idée qu'une culture fondamentalement différente séparait le monde des hommes du monde des femmes; l'existence même d'une presse féminine sans équivalent masculin attestait de cette représentation basée sur la différence.

¹⁷⁶ Op. cit. 118. p. 39.

¹⁷⁷ Op. cit 165.p. 81.

¹⁷⁸ Winship, J. (1987). *Inside Women's Magazines*. Londres: Rivers Oram Press/ Pandora List.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Toujours d'après Winship, une justification plus sociologique d'une approche globale de la presse « féminine » réside dans le fait qu'elle se présentait explicitement comme étant rédigée pour des femmes. Le point de vue du public permet une première redéfinition sociologique de cet objet préconstruit: on peut d'abord considérer que la presse féminine s'adressait à un lectorat composé très largement de femmes, soit, pour plus des deux tiers des lecteurs. Une analyse du public de la presse « féminine » peut donc s'effectuer par les taux de féminisation des audiences, à l'opposé des définitions commerciales ou politiques du genre. Il est ainsi possible de proposer une analyse factorielle des audiences sur la base de l'âge, de la profession du chef de famille, des revenus annuels du foyer, du niveau d'étude de la lectrice, du patrimoine et de la présence ou non dans le foyer d'un enfant de moins de 15 ans.

Cet argument semble valide, dans la mesure où la presse féminine vendait un certain type de lectrices aux annonceurs, les stratégies de ceux qui finançaient l'existence même de la presse féminine des classes moyennes et supérieures contribuaient, au moins indirectement, à la mise en œuvre des contenus rédactionnels. Une autre caractéristique importante était la tendance à l'homogénéisation des contenus des différents titres de la presse féminine américaine et britannique, les rubriques étaient communes à l'ensemble des titres féminins : elles portaient sur l'actualité des stars, la beauté, la santé, la cuisine, les horoscopes, les relations sexuelles, la famille, la maison, les enfants, le mariage, l'actualité culturelle (livres, cinéma...) et sur des sujets de société ou d'actualité internationale.

« La femme trouve dans son magazine des conseils de tous ordres qui l'entretiennent dans un climat de sympathie. Elle sait qu'elle trouvera dans ces pages des réponses aux questions qu'elle se pose, les modèles qui lui conviendront, les recettes qu'elle réussira, les ouvrages qu'elle aura du plaisir à lire. La lectrice'occasionnelle, ... sera bientôt assidue et fidèle à sa revue. Mais quand on parle d'une revue, il s'agit d'un tout cohérent, et non pas de divers éléments juxtaposés et d'inégale valeur. Rédaction et publicité doivent s'harmoniser et se compléter. Toutes deux ont un même but : informer les lectrices. Mais cette information sera d'autant plus valable qu'elle sera reçue dans ce climat de grande confiance. Aussi, certaines lectrices ne faisant pas bien la différence entre rédaction et publicité, l'éditeur de la publication doit prendre de grandes précautions avant d'annoncer un produit. ... Il n'a pas besoin d'insister sur la valeur que prend alors un message diffusé dans ce climat de confiance : il tombe dans la

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

bonne terre. »¹⁷⁹

L'encouragement au travail était l'un des principaux éléments de la presse féminine pendant les années de guerre aux Etats-Unis comme au Royaume-Uni. Ce message-là avait été entendu par des millions des femmes dans les deux pays : des ouvrières qui répondaient aux besoins de leurs nations et qui personnifiaient l'idée du « bien commun », tout comme leurs maris, partis sur les champs de bataille. A la fin des années 1940, avec la fin de la guerre, un autre message avait été très largement diffusé par ces mêmes magazines féminins, mais cette fois-ci, le message était dans la direction opposée : les Américaines et les Britanniques étaient incitées à retourner à la maison et à reprendre leur ancien rôle de « mères au foyer ».

Pendant les années de guerre, les magazines féminins étaient « les reines » de la presse écrite américaine et britannique. A la fin du conflit ces publications avaient un tout autre statut, elles étaient une « mine d'or » illimitée.

« Il est certain que la guerre a été très dure pour les femmes aussi, elles étaient sous tension tous les jours. C'est dans cette atmosphère d'instabilité, d'improvisation et de débrouille que le sentiment de camaraderie et de fraternité est né entre les lectrices de ces magazines. Au Royaume-Uni le papier était rationné et les publications ne pouvaient pas répondre à tous les besoins du public. A la fin de la guerre et du rationnement, les magazines féminins ont pu se développer et répondre aux envies grandissantes des lectrices »¹⁸⁰

Au début des années 1950, les magazines féminins américains et britanniques traitaient, dans leur majorité, du même sujet : quel serait le nouveau rôle de la femme dans cette nouvelle ère qui commençait ? Comment ces changements ont-ils été abordés par les publications dans les deux pays pendant ces premières années d'après-guerre et semblaient-ils essentiels pour la compréhension de la construction de l'idéologie de la « femme parfaite » tout au long de la décennie ?

Pendant que les Américaines profitaient de la croissance et du développement économique de leur pays, les Britanniques n'avaient pas encore ressenti le goût de l'affluence et de

¹⁷⁹ « L'Echo de la Presse et de la Publicité », n° 435 du 25 avril 1962.

¹⁸⁰ Grieve, M. (1964). *Millions Made My Story*. Londres. Gollancz p.126

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'abondance. Une fois les guerres finies et les soldats rentrés, le Royaume-Uni avait une autre bataille à mener : la reconstruction du pays et de son économie.

«La guerre était bien finie, mais la prospérité tant attendue n'était toujours pas là. L'univers dit « féminin » vivait encore des moments difficiles. C'était une véritable déception pour tout le pays ! Le rationnement alimentaire existait toujours, et était parfois pire que pendant la guerre...les conditions de vie des familles n'avaient pas beaucoup changé, les maisons n'avaient toujours pas les commodités attendues. La seule manière de voir un peu de « couleur » dans cette réalité aussi noire était à travers les pages des magazines féminins- et surtout les magazines américains. »¹⁸¹

A la fin des années 1940 et au début des années 1950 la presse féminine des deux pays renforçait une image contradictoire de ses lectrices : d'un côté, elles devaient être la « femme au foyer parfaite », responsable du bien-être et de l'équilibre familial ; de l'autre, elles avaient le « devoir patriotique » de contribuer au développement de l'économie de leur pays. Aux Etats-Unis, ce « devoir patriotique » était fondé sur la consommation des familles, les femmes étaient les responsables des achats du foyer et c'était sur elles que le poids de la relance économique reposait. Le travail féminin était, bien sûr, encouragé par les magazines féminins américains, mais pas autant que dans les publications britanniques. En même temps, au Royaume-Uni, le « devoir patriotique » des femmes au foyer était basé principalement sur un retour partiel au monde professionnel, les Britanniques considéraient que les femmes devaient travailler –à temps partiel- pour aider à la reconstruction du pays, mais aussi pour améliorer le quotidien de leurs familles. Cette idée était tellement diffusée dans la culture britannique que les magazines féminins publiaient de plus en plus d'articles sur comment « le retour des femmes » à l'univers du travail devait être organisé : plus de crèches gratuites, de facilité d'accès aux transports publics, des horaires de travail aménageables et, surtout, l'égalité salariale avec les hommes.

Comme aucune de ces revendications n'a été accordée par le gouvernement britannique, en 1948 seulement soixante-dix mille femmes avaient repris le chemin du travail. Les conditions de vie, encore très différentes de celles des familles américaines, ont également poussé les femmes Britanniques au foyer à ne pas reprendre une activité en dehors de la maison : des conditions météorologiques extrêmes, des maisons à peine chauffées, le rationnement

¹⁸¹ Op.cit. 172. p.79.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

alimentaire et un quotidien toujours difficile étaient les principales préoccupations des familles britanniques (même celles des classes sociales supérieures).

Le travail féminin était l'un des sujets qui distinguait en majeure partie la presse féminine américaine de la britannique : tandis qu'aux Etats-Unis les femmes étaient massivement encouragées à reprendre leur rôle de « femme au foyer » et à travailler uniquement si la famille avait besoin d'un revenu supplémentaire ou en cas de recommandation médicale (pour lutter contre la dépression ou le « syndrome de la femme au foyer »), au Royaume-Uni le travail féminin était considéré comme positif pour le pays et les familles. Néanmoins, les publications de deux pays n'ont jamais vraiment mis le rôle de « femme au foyer » en question, au contraire, ces magazines entretenaient l'image traditionnelle du couple : la femme qui s'occupait de la maison et des enfants, et l'homme qui subvenait aux besoins de la famille. Le partage du travail était toujours très clair, même si la femme avait un emploi en dehors de la maison.

Les Britanniques n'ont pu vivre réellement *l'American Way of Life* qu'à partir de 1948. Avec la fin du rationnement d'aliments et de vêtements, l'introduction du *National Health System*, la lutte contre le chômage, le développement de la société de consommation et la modernisation des maisons, les familles voyaient enfin leur avenir avec espoir. Les femmes commençaient à avoir le même sentiment d'accomplissement que les Américaines, leurs vies étaient enfin plus agréables et plus faciles que celles de leurs mères. Le travail domestique était incroyablement plus rapide avec toutes les nouvelles technologies qui arrivaient des Etats-Unis, les enfants avaient plus de distractions, les véhicules étaient de plus en plus nombreux et, enfin, le monde professionnel leur était ouvert. Mais ce fut le couronnement de la Reine Elizabeth II en 1953 qui a vraiment lancé une nouvelle ère pour les Britanniques : l'idéologie de la « femme au foyer parfaite » se répandait rapidement dans le pays et la « femme parfaite » par excellence était la nouvelle reine, le modèle et l'inspiration absolue pour toutes les Britanniques. Les magazines féminins, américains ou britanniques, étaient la meilleure façon de diffuser cette idéologie.

Aux Etats-Unis ainsi qu'au Royaume-Uni, les magazines féminins représentaient beaucoup plus que simplement les femmes et la féminité, ils diffusaient des idées, des idéologies, des

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

croyances et modulaient non seulement la vision que les sociétés avaient de la femme, mais aussi la manière dont les femmes se voyaient elles-mêmes. Paradoxalement, la presse féminine était considérée comme une presse dite « spécialisée » -avec un lectorat bien défini et bien établi- mais en réalité la seule distinction connue était le fait que ces publications visaient le public féminin. Toutes les femmes étaient des lectrices potentielles. C'est cela qui différenciait les magazines féminins des autres médias –radio, télévision, livres et journaux - leur public étant, en même temps, ciblé et extrêmement varié.

La presse féminine des années 1950 avait deux objectifs principaux : divertir et « former ». Même si le plaisir de lire ces publications était subjectif et propre à chaque lectrice, les magazines féminins répondaient aux codes et aux valeurs de l'époque, ce qui leur assurait ce double rôle d'être en même temps une distraction (pour les quelques moments calmes dans la journée ou pour s'apaiser pendant des circonstances difficiles) et une manière d'apprendre à s'adapter aux attentes et devenir soi-même une « femme au foyer parfaite ».

D'après Janice Winship¹⁸², un magazine peut accorder du plaisir à travers plusieurs éléments : la qualité du papier, la vivacité des couleurs, le format, le design, les photos et, évidemment, les articles. La lecture de ces publications transportait les lectrices dans un monde complètement idéalisé ; que ce soit par les publicités, les photos, les conseils, les articles sur la cuisine, la maison, le mariage, les enfants, la beauté, la mode, ou encore les interviews de vedettes du moment, les femmes étaient entièrement absorbées par le sentiment d'identification avec ce qu'elles lisaient et avec les autres lectrices.

Toujours selon Winship, l'achat ou l'abonnement à un ou à plusieurs magazines était un plaisir « égoïste » de la femme au foyer¹⁸³ ; les femmes au foyer –que ça soit aux Etats-Unis ou au Royaume-Uni- avaient un budget limité en ce qui concernait leur bien-être personnel, étant donné que la majeure partie du budget était consacré à toute la famille. En même temps, le simple achat d'une parution mensuelle ou hebdomadaire restait un « luxe » abordable et raisonnable, elles étaient utiles et plaisantes.

« La presse féminine est comme du 'chocolat pour l'esprit' »¹⁸⁴

¹⁸² Op.cit. 178. p.53.

¹⁸³ Op.cit.173. P.55.

¹⁸⁴ Chappel, H. (1983). Big Sister. *New Society*.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Il est possible, selon Marjorie Ferguson,¹⁸⁵ d'affirmer que la presse féminine des années 1950 et 1960 a contribué à la construction du « culte de la féminité », une idéalisation tellement forte et convaincante qu'elle est parvenue à modifier la signification même d'être femme à l'époque.

Ferguson établit un parallèle très intéressant entre les éléments caractéristiques du culte religieux analysés par Durkheim¹⁸⁶ et les relations que les magazines féminins avaient avec ses lectrices. Les analogies semblent être nombreuses : l'oracle qui portait les « messages sacrés » était la presse féminine ; les prophètes qui façonnaient les pensées et les mentalités étaient les éditeurs des magazines et, enfin, les rituels et obligations envers le culte étaient le désir –toujours présent- des lectrices d'acheter leurs publications, leur interdépendance était constamment réaffirmée.

Dans cette perspective, l'une des principales valeurs des cultures américaine et britannique des années 1950 était le *togetherness*, « l'être ensemble »¹⁸⁷. Dans cette vision idéalisée de la femme et de la famille, « l'être ensemble » était le sentiment d'appartenir à quelque chose et de participer à son développement, dans le cas des femmes, leur rôle de « femmes au foyer » était leur contribution à la nation et à sa croissance. Les Américaines et les Britanniques sentaient que leur participation à l'expansion de leur pays devrait être basée sur la consommation, le maintien de l'unité de la famille et de l'image de « perfection » que les deux pays cherchaient à véhiculer.

« 'L'être ensemble' était un substitut à l'égalité et l'idéalisation des femmes, un substitut à la liberté des choix »¹⁸⁸

Dans sa parution de Mai 1954, le magazine américain *McCall's* invitait leurs lectrices à « vivre à la façon *McCall's* » il annonçait le début de l'ère du *togetherness*. Selon la publication, la « bonne vie des années 1950 » était celle que « l'homme, la femme et les enfants réussissent ensemble », c'était une question de « famille » et « d'union ». *McCall's* a

¹⁸⁵ Ferguson, M. (1983). *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres: Heinemann.

¹⁸⁶ Durkheim, E. (1976). *The Elementary Forms of the Religious Life*. Londres : George Allen and Unwin.

¹⁸⁷ Weiss, J. (2000). *To Have and To Hold: Marriage, the Baby Boom and Social Change*. Chicago: The University of Chicago Press. p.116.

¹⁸⁸ May, E. T. (1999). *Homeward Bound : American Families in the Cold War Era*. NY :Basic Books. p.351.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

lancé le slogan *togetherness* pour caractériser l'hyper valorisation que les Américains donnaient à la famille à partir de la fin de la Seconde Guerre Mondiale.

L'explosion des naissances pendant les années de l'après-guerre a changé l'idéologie qui prédominait jusqu'aux années 1940- non seulement aux Etats-Unis, mais au Royaume-Uni. Aussi, le plus important n'était plus uniquement d'être marié, mais désormais la principale valeur était la famille, « la famille parfaite ». Le romantisme et la complicité des couples ont laissé place à l'idéologie de « l'être ensemble », à la famille, à cette image qui ne dissociait jamais « l'homme », « la femme » et « les enfants » les uns des autres.

Cependant, « le couple idéal » et la « famille idéale » n'existaient que dans les magazines féminins, la réalité était – dans la plupart des cas- loin de cette image idéalisée. La majorité des attentes des jeunes Américains et Britanniques des classes supérieures se révélaient être fausses pendant le mariage, les attentes envers l'autre étaient beaucoup trop élevées. « L'être ensemble » s'avérait possible pendant les premières années des enfants, mais entre les différentes responsabilités de chaque parent, la solitude des femmes, le décalage entre les attentes et la réalité, les problèmes du quotidien et la dépression de la femme au foyer, la « famille idéale » était beaucoup plus loin que les jeunes couples auraient pensé au début de leur union.

En effet, il était difficile de trouver le temps pour vraiment vivre le *togetherness*. En plus des enfants, de la maison et du travail, les couples étaient constamment sollicités par leurs voisins : des réunions, des barbecues, des thés, des dîners, des sorties en groupe et des événements de charité organisés dans les banlieues rythmaient la vie sociale des familles.

Dans une période où les couples avaient plusieurs enfants en bas âge en même temps, l'univers de la femme était celui de la maison, tandis que celui de l'homme se divisait en deux, le travail et puis la maison. Dans cette même parution de *McCalls's*, un portrait du « mari idéal » était représenté à travers l'interview d'Ed Richtscheidt, un américain « comme les autres » : Il partait au travail vers neuf heures du matin après avoir aidé sa femme à nourrir et à habiller leurs enfants ; il travaillait de huit à dix heures par jour mais quand il était à la maison, il participait dès que possible aux activités avec les enfants et aux tâches ménagères. Malgré l'idéologie de « l'être ensemble », la division des tâches était toujours mal équilibrée entre les hommes et les femmes. La femme restait la « colle de la famille », c'était grâce à elle que les sorties étaient organisées et que les enfants pouvaient passer du temps avec leurs

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

pères, toujours débordés et occupés. Pour elles, *togetherness* était plus qu'un objectif, c'était la représentation de leur réussite en tant que mères.

« En même temps que la presse féminine continuait à publier ses traditionnels conseils sur la cuisine, le ménage, la maison, la décoration et la beauté, un nouveau genre de guides apparaissait pendant les années 1950 : les conseils des « experts » sur le mariage, la vie de famille, les problèmes sociaux ou les difficultés d'être mère. Bien que les rôles d'épouse et de mère étaient considérés comme les principaux attributs des femmes, les magazines n'étaient pas forcément d'accord sur comment elles -les femmes- devraient être représentées : parfois comme des « reines » du foyer qui avaient le contrôle sur la maison et sur la famille ; parfois comme « des poupées » à la disposition des envies et nécessités de l'homme et des enfants (...). La campagne pour « l'être ensemble » ne valorisait pas uniquement la femme, mais la famille comme une unité indivisible. »¹⁸⁹

Mais qu'est-ce que l'idéologie de « l'être ensemble » signifiait dans le quotidien de ces familles ? Il signifiait des excursions, des voyages, des barbecues, des goûters, des dîners entre voisins, toute activité où les enfants étaient les bienvenus. La vie sociale était bien remplie dans les nouvelles banlieues chics aux États-Unis et au Royaume-Uni, les femmes se fréquentaient toutes les après-midis pour un thé, faisaient du covoiturage pour amener les enfants à l'école ou pour faire les courses- étant donné que les femmes n'avaient pas toutes une voiture, elles s'entraidaient quand nécessaire, s'échangeaient des recettes et des astuces pour le ménage, leurs maris fumaient ensemble, regardaient les matchs les uns chez les autres, faisaient des barbecues les week-ends et, parfois, travaillaient ensemble. Mais tout cela pouvait rendre le romantisme et la complicité difficiles dans un mariage réglé par les multiples naissances.

La « fatigue des femmes au foyer » était l'un des principaux débats dans les deux pays, des médecins et des psychiatres prescrivaient des vitamines, des injections et des tranquillisants contre l'anémie, l'anxiété, la dépression, les troubles du métabolisme et beaucoup d'autres maladies pour expliquer leur constante fatigue. Cette question était tellement importante que même les magazines féminins dédiaient de plus en plus d'espace à la « fatigue de la femme au

¹⁸⁹ Walker, N. A. (1998). *Women's Magazines 1940-1960 : Gender Roles and the Popular Press*. Boston : Bedford Books. p.147.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

foyer » : pendant les années 1950, plusieurs articles sont parus sur les « remèdes » et les « solutions » à cette fatigue éternelle.

« La fatigue est un signe que quelque chose ne va pas. La fatigue physique protège l'organisme d'une activité trop importante. Néanmoins, la fatigue mentale est signe d'un danger psychologique. Cela est désormais commun parmi les femmes au foyer qui passent leurs journées à s'occuper de la maison et des enfants et voient leurs ambitions professionnelles s'éloigner de plus en plus. (...) Beaucoup de ces femmes se plaignent que le quotidien et la routine sont pires que tout, leurs cerveaux deviennent « robotiques » et « vides ». ¹⁹⁰

« La fatigue de la femme au foyer » est-elle vraiment due à l'ennui ? Oui, absolument ! La fatigue chronique de ces femmes est le résultat d'une routine très répétitive et monotone. Si leurs capacités ne sont pas demandées et exécutées, l'ennui prend le contrôle, ainsi que la frustration et la dépression. C'est pour cela que les femmes au foyer sont toujours plus fatiguées que leurs maris qui travaillent en dehors de la maison »¹⁹¹

« Un désespoir m'envahit quand je rentre à la maison. Il n'y a rien que je *dois* vraiment faire, même si il y a plein de choses à nettoyer. Donc j'ai toujours une bouteille de Martini au frigo, je bois entre une tâche ménagère et une autre ». ¹⁹²

En effet, des femmes buvaient, d'autres mangeaient, d'autres encore prenaient trop de tranquillisants : obésité, alcoolisme et dépendance à des médicaments étaient une constante parmi les femmes au foyer. Accomplir son travail et ses obligations est un signe de maturité, une caractéristique rarement trouvée chez ces femmes ; l'idéalisation de leurs rôles de « mères » et « d'épouses », ainsi que leur confinement dans cette « prison dorée » ne leur permettaient pas de devenir des femmes autonomes et indépendantes. Leur énergie, leur capacité, et leur créativité étaient mises de côté pour laisser place au travail domestique, quand les enfants étaient à l'école et le mari au travail, les femmes au foyer se retrouvaient seules, à chercher de quoi occuper les après-midis. Elles passaient des heures et des heures à jouer au golf, au bowling, à faire du shopping ou à discuter dans les très populaires « groupes de thé », mais leurs capacités étaient toujours « effacées » au profit de leur vie de famille.

¹⁹⁰ «Why Young Mothers Are Always Tired». *Redbook*, September 1959.

¹⁹¹ «Is Boredom Bad for You?», *McCall's*, Avril 1957.

¹⁹² Friedan, B. (1997) [1963]. *The Feminine Mystique*. NY: W.W. Norton & Company. p. 355.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Quand ces femmes décrivaient leur sentiment de solitude, leur sensation d'être prisonnières dans leurs propres maisons ou complètement dépendantes de leurs maris, les cultures américaines et britanniques voyaient cela comme un simple symptôme d'un mal-être plus profond. Le « problème de la femme au foyer » était récent et ni les deux sociétés, ni les « spécialistes » n'étaient préparés à cerner et à comprendre ce qu'il signifiait vraiment.

Par conséquent, les traitements indiqués à ces femmes n'avaient pas pour objectif de changer la perception des patientes d'elles-mêmes, de leurs vies, mais de les réconcilier avec leur rôle de « mère » et « d'épouse ». Le résultat espéré était basé sur l'adaptation de ces femmes à cette image idéalisée de la « femme parfaite ». En 1963, le psychiatre américain Herbert Modlin expliquait son traitement fondé sur des antidépresseurs et sur la thérapie de choc :

« J'ai changé les perceptions des femmes paranoïaques et hystériques sur ce qu'elles appelaient 'la domination des hommes 'et j'ai également réussi à leur faire apprécier à nouveau leur rôle de « femme au foyer »¹⁹³

Des campagnes nationales étaient développées aux États-Unis et au Royaume-Uni pour « convaincre » les femmes au foyer de leur « prestige » et importance dans les deux sociétés. Toutefois, ce « prestige » ne pouvait pas redonner à ces femmes le sentiment d'accomplissement et d'assurance qui les manquaient. Même si le mariage, les enfants et une belle maison étaient –évidemment- une source de bonheur et de réalisation, se sentir utile, utiliser ses capacités et accomplir ses ambitions individuelles étaient l'un de plus grand désirs cachés des femmes au foyer. Des décisions fondamentales, comme réveiller les enfants, leur faire à manger, faire le ménage, décorer la maison, élaborer le menu de la semaine et inventer des activités pour distraire les plus petits étaient des tâches qui ne demandaient pas beaucoup d'intelligence ou de capacités. En réalité, tout le travail que les femmes faisaient à la maison était considéré comme « travail mineur, que même un enfant peut faire ». D'un côté, la « femme au foyer » était l'une des valeurs sûres des années 1950 et 1960, d'un autre, leur travail et leurs tâches domestiques étaient considérées comme inférieurs et infantiles.

¹⁹³ Coontz, S. (2011). *A Strange Stirring: The Feminine Mystique and American Women at the Dawn of the 1960's*. NY: Basic Books. p.73.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« La vraie satisfaction de « créer un foyer », les relations entre les enfants et les parents, l'ambiance chaleureuse et calme, la sécurité, le confort et la tranquillité que la femme apporte à une maison dépend de sa personnalité et non de son aspirateur ou de son four. Il serait irrationnel de demander à une femme de ressentir un sentiment d'accomplissement uniquement à travers les tâches ménagères. Il est difficile de voir comment faire la vaisselle trois fois par jour, cuisiner, passer l'aspirateur, changer des draps, faire la lessive et laver le sol jour après jour, mois après mois, année après année, peut combler quelqu'un. »¹⁹⁴

La protection de cette féminité, faite de « nature » et de « beauté », donc fragile, devait être assurée par l'homme : une protection physique, sexuelle, économique, affective et matérielle. Selon Dardigna¹⁹⁵, les femmes étaient en réalité victimes de cette protection ; elle occasionnait le mépris et l'apitoiement. La protection aussi de la beauté : soins corporels, maquillage, vêtements, bijoux, appartenaient à un domaine de la consommation réservé aux femmes et stimulé dans la presse féminine. De la même manière, la protection des filles et des femmes entraînait dans l'esprit des hommes un sentiment de maladresse et de nervosité. Selon l'idéologie de la « femme parfaite », féminité signifiait faiblesse, fragilité, simplicité. Éternelle enfant, la femme avait besoin de l'homme pour la protéger, même après le mariage et la maternité. Mais contre quoi et contre qui les femmes devraient-elles être protégées ? Contre elles-mêmes, contre leur insatisfaction et leur « besoin de plus ». Entre une bienveillance, toujours condescendante, et le mépris, l'homme voyait dans la femme l'image reflétée par les magazines, celle de la tradition : la « femme enfant », fragile, limitée et « gâtée ». Il fallait donc lui imposer des lois, encadrer et contrôler cette féminité. Une femme « domestiquée » était passive, dans son apparence et dans son comportement, ainsi que disponible et aimable.

Les lectrices des magazines féminins souffraient d'une énorme pression pour correspondre aux normes de l'image de la femme idéalisée : pleurs, crises de nerfs, scènes de ménage, amertume, infidélités, angoisses de n'être pas assez belles ou jeunes, ou assez minces, ou assez douces, assez intelligentes ou assez compréhensives, peur de perdre son mari, peur de ne pas être une bonne mère, de ne pas être assez disponible pour ses enfants ou son mari,

¹⁹⁴ Stern, E. M. (1949). *Women Are Household Slaves*. American Mercury, Janvier.

¹⁹⁵ Dardigna, A.M. (1978). *La Presse « féminine » : fonction idéologique*. Paris : FM.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

culpabilisation de ne pas travailler en dehors de la maison, culpabilisation de vouloir travailler en dehors de la maison... les anxiétés étaient infinies.

Les magazines féminins mettaient en place un dédale de culpabilités faussement compensées par les « recettes anti-frustration ». Ce n'était pas un hasard si les magazines féminins ne reconnaissaient pas le droit à l'échec, un signe que la femme n'a pas su s'adapter aux normes et à l'idéologie de l'époque. Ces normes et principes étaient diffusés par la presse féminine, dont le discours était fortement idéologique. Or, son élaboration se fondait sur l'organisation plus ou moins sophistiquée, des divers stéréotypes du patrimoine culturel américain et britannique.

« Mais, à notre époque, *encore et toujours*, le mariage reste un lien plus fort que les autres. Même quand on le nie. Parce qu'il est plus difficile à rompre, parce que le tribunal s'en mêle, parce qu'il laisse des traces. Mais aussi parce qu'un acte public est doté d'une puissance unique et, d'une certaine façon, sacrée. Le fait de donner son nom, de prendre le nom d'un autre, de l'avoir donné, de l'avoir pris, de l'avoir conservé, le fait d'avoir ouvertement, vécu ensemble, constitué une famille, garde pour beaucoup de gens un poids mystérieux. »¹⁹⁶

La parole stéréotypée des magazines féminins possédait une force paradoxale : elle n'a pas besoin d'intelligence pour être déchiffrée. Notre intelligence n'y prête qu'une attention négligente, voire méprisante à ce type de message. Néanmoins, cette parole stéréotypée atteignait directement les lectrices, qui se retrouvaient immédiatement « modifiées », même à leur insu. Cette parole pénétrait leur inconscient avec d'autant plus de facilité qu'elle était l'expression finale de toutes les connotations sociales et elle ne se résumait jamais uniquement ce qu'elle était réellement: le produit d'une idéologie conservatrice.

Ainsi, il n'était pas possible de témoigner clairement, à la fin d'une lecture, la « trace » laissée dans ces femmes. Cette utilisation du langage était d'autant plus dissimulée qu'elle n'est pas « mesurable » objectivement. Il n'est pas possible de la « prouver » par un recours direct à la masse des lectrices de la presse féminine, elles recevaient les messages sans s'en rendre compte.

¹⁹⁶ *McCalls*, n° 1355, Octobre, 1959.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Pourtant, les propos des magazines féminins se prétendaient « apolitiques ». La signification idéologique essayait de se masquer sous une apparence « naturelle », apparemment inoffensive : la presse féminine sous-entendait que la « femme au foyer parfaite », bien sûr, était privilégiée car « elle avait le choix ». Le privilège de la situation sociale et économique se confondait avec celui de rester à la maison et de prendre soin de sa famille, il était facile pour beaucoup de lectrices de souhaiter avoir cette « chance » de rester chez elles. La « manipulation » était mise en scène avec délicatesse.

D'après Anne- Marie Dardigna¹⁹⁷, les contenus du magazine véhiculent un discours idéologique, centré sur la beauté et l'attrait sexuel, l'accomplissement d'apparence et l'image de perfection. Le magazine s'inscrivait dès lors pleinement dans l'idéologie capitaliste, il favorisait et poussait à la consommation de biens. La presse féminine réduisait en permanence les femmes à des stéréotypes, à des images proprement idéalisées. Dardigna considérait ces publications comme un appareil idéologique d'État dont le discours s'était adapté aux besoins culturels et sociaux de l'époque. Selon l'auteur, les femmes étaient manipulées par des magazines qui affirmaient les aider et les conseiller.

C'est cet ensemble de manipulations occultées que cette recherche essaye de démontrer. Il s'agit d'une tentative de piéger la réalité idéalisée par cette presse à travers l'analyse de son contenu rédactionnel, trop souvent négligé ou sommairement critiqué, car lu de manière trop superficielle.

¹⁹⁷Dardigna A.M. (1974). *Femmes, femmes sur papier glacé*. Paris : Maspéro

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

2.3. Les magazines féminins et la construction de la « femme au foyer parfaite » : les sujets les plus traités

2.3.1. De l'idéologie au mythe

Dans la réflexion engagée ces dernières trois décennies sur l'oppression des femmes, le rôle que jouait la presse dite « féminine » n'avait jamais été beaucoup critiqué. Lorsqu'on étudie le rôle de cette presse, diffusée à des millions d'exemplaires chaque semaine ou chaque mois parmi les foyers américains et britanniques, il est essentiel de garder à l'esprit sa finalité, qui était à la fois sociale et idéologique. Socialement ou économiquement, elle représentait des intérêts économiques colossaux- non seulement comme entreprise de presse, mais surtout comme diffuseur de publicités pour l'industrie du prêt-à-porter, de la beauté, du parfum et des produits ménagers. Ceci dit, force de constater que les articles de cette presse étaient un moyen de produire et de reproduire des modèles féminins qui n'étaient pas en désaccord avec la consommation proposée par les annonceurs.

Anne-Marie Dardigna¹⁹⁸ va plus loin dans son discours, ouvertement marxiste, et affirme que les images représentées dans ces magazines ne correspondaient pas forcément aux désirs de la lectrice (ou de la journaliste d'ailleurs) mais certainement aux intérêts de la consommation et des industriels. L'auteur souligne donc la fonction idéologique de la presse féminine, liée au bon fonctionnement du système économique et social américain et britannique. D'après Dardigna, il faut la lire et décrypter son mécanisme tout comme un autre appareil idéologique d'Etat. C'est propre à l'idéologie de s'infiltrer en nous et à notre insu, de nous conditionner dans nos rapports, dans nos choix, nous suggérer nos sentiments, nos opinions et nos besoins. Et ceci sans que nous nous en rendions compte.

Sans tomber dans le piège du radicalisme extrême, il semble, néanmoins, évident que par définition ces publications s'adressaient à un public bien spécifique : les femmes, ce qui leur

¹⁹⁸ Dardigna, A.M. (1978). *La Presse « féminine »: fonction idéologique*. Paris : FM.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

donnait un caractère social et culturel très révélateur. Les éditeurs étaient ceux qui décidaient du contenu des parutions et le fait que la majorité d'entre eux était des hommes –cela aux Etats-Unis comme au Royaume-Uni- ne faisaient qu'augmenter l'instrumentalisation des magazines dans la consolidation du « culte de la féminité ». Ces éditeurs étaient aussi responsables de la vente des espaces publicitaires et de la constante proximité des magazines avec les différents industriels de l'époque, leur impartialité était donc, fortement questionnable. Les sujets traités, les publicités, « l'esprit » du magazine, ainsi que son public étaient des choix éditoriaux extrêmement réfléchis et commerciaux. Une seule parution, hebdomadaire ou mensuelle, visait différentes femmes : les femmes au foyer, les mères, celles qui travaillaient en dehors de la maison, les jeunes mariées sans enfants ou encore celles qui étaient mariées depuis vingt-ans. La place de la femme dans les sociétés américaine et britannique était perpétuée dans chaque paragraphe et dans chaque photo de ces publications.

Même si les magazines étaient des entreprises privées, les éditeurs et les états américain et britannique travaillaient main dans la main, leurs intérêts et leurs intentions étaient identiques : le développement de la consommation de masse et la solidification de l'idéologie de la « femme parfaite » et de la « famille modèle ».

Les éditeurs suivaient les lignes dictées par l'intérêt national : le développement de l'industrie et du consumérisme, ainsi que la valorisation du rôle de « femme au foyer ». Au Royaume-Uni cependant, il s'ajoutait deux facteurs en plus qu'aux Etats-Unis : l'urgence à reconstruire le pays et l'incitation au travail féminin –à temps partiel-, ce qui permettait et facilitait cette reconstruction d'un pays détruit pas les années de guerre. Malgré cette coopération entre les magazines et les forces d'état, la presse féminine américaine et britannique jouait très souvent un rôle plus au moins actif dans l'actualité qui concernait directement leurs lectrices.

Même si les lectrices américaines et leurs publications préférées n'avaient pas eu l'impact espéré dans l'acceptation de la loi pour l'égalité salariale (E.R.A.) -rejetée en 1945, 1950 et en 1953-, la presse féminine britannique a joué un rôle important dans la mise en œuvre de plusieurs lois dont bénéficiaient les femmes et les familles au Royaume-Uni : le « *National Health Service* » et le « *National Insurance Act* » en 1946, ainsi que le « *National Assistance Act* » et le « *Children Act* » en 1948. Les magazines féminins britanniques n'ont pas soutenu

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'approbation de telles lois uniquement pour le bien-être de leurs lectrices, mais surtout parce que de tels changements auraient augmenté le pouvoir d'achat des femmes et des familles. Cela contribuait au développement de l'économie du pays mais également à la consommation de masse et à l'expansion de la presse féminine britannique- une révolution dans une économie rongée par l'effort de guerre et par le rationnement alimentaire.

« A la fin de la guerre, les *Social Acts*, le *Education Act* et le *Health Act* avaient un goût de vacances pour les familles britanniques. Soudainement, toutes ces personnes avaient accès et s'intéressaient de plus en plus à la consommation et aux nouveaux produits disponibles. Avant la guerre, les classes sociales étaient bien distinctes dans notre culture, les magazines ne pouvaient pas faire un article sur des produits onéreux ou sur des vacances de luxe sans faire des envieux...mais à partir des années 1950 tout était possible ! Les possibilités étaient, désormais, infinies. »¹⁹⁹

La presse féminine des deux pays pouvait donc se montrer active dans la réflexion sur certains sujets qui concernait le quotidien de ses lectrices mais, évidemment, leur pouvoir et leur influence dans les changements politiques restaient limités : même si les publications britanniques ont eu un rôle important dans la mise en œuvre des lois qui amélioraient les conditions de vie des familles, beaucoup des changements nécessaires (aux Etats-Unis comme au Royaume-Uni) n'ont pas eu la visibilité ou le résultat espéré.

En effet, très peu de magazines, dans les deux pays, soutenaient ouvertement ces changements nécessaires pour inciter les femmes à chercher un nouveau rôle social : la construction de plus de crèches et d'établissements pour accueillir les jeunes enfants, la lutte contre le harcèlement sexuel, le développement des transports en commun ou même la participation plus engagée des pères dans la vie des enfants. C'est ne qu'à partir de la fin des années 1960 que la presse féminine américaine et britannique allait devenir vraiment plus engagée dans la lutte pour la condition féminins et, dans les années 1970, voir le développement des magazines féministes.

L'une des grandes différences entre la presse féminine britannique et la presse féminine américaine était le fait qu'au Royaume-Uni les magazines ayant les plus grands tirages étaient hebdomadaires, tandis qu'aux Etats-Unis les publications les plus lues étaient mensuelles.

¹⁹⁹ Ferguson, M. (1983). *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres: Heinemann. p.21.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Cette différence était premièrement due au caractère beaucoup plus « généraliste » des magazines américains, leur public ciblé était les femmes, sans distinctions spécifiques, alors que les publications britanniques étaient plus « spécialisées », avec différentes catégories de lectrices : adolescentes, plus âgées, traditionnelles, modernes, aisées etc... Deuxièmement, cette importance des magazines hebdomadaires au Royaume-Uni était aussi expliquée par l'importance des parutions éditées semaine après semaine pendant les années de guerre : ces publications étaient considérées comme un soutien et une aide essentielle aux femmes qui s'occupaient désormais, seules de leurs familles, sans leurs époux partis combattre pour la nation.

Selon l'étude réalisée par K. Toland et D. Wesson²⁰⁰ sur les différences culturelles des publications américaines et britanniques, les deux cultures avaient –et l'ont toujours- des spécificités profondes qui différenciaient leur perception et leur acceptation des messages représentés par la presse :

1. L'individualisme : les Américains, étant plus individualistes, seraient plus sensibles aux articles et aux publicités avec un seul individu, tandis que les Britanniques seraient plus attirés par des sujets ou des images de groupes ou de familles.
2. Le respect de l'autorité : Les Britanniques, ainsi que d'autres peuples européens, avaient une tradition monarchiste et une forte conscience sociale, ce que les donnaient un caractère beaucoup plus engagé et politique. D'après les auteurs, les Américains seraient beaucoup plus respectueux de l'autorité et de ses représentations que les Britanniques. Les magazines et les publicitaires utilisaient des images et citaient plus facilement des figures d'autorité (policiers, politiciens, avocats...) aux Etats-Unis qu'au Royaume-Uni, pays où l'impertinence et l'insubordination étaient extrêmement répandus.
3. Disparités sociales : comme la notion de société égalitaire faisait partie des fondements du nouvel *American Way of Life*, les publications et les publicités américaines visaient un public standardisé, stéréotypé comme « des familles

²⁰⁰ Toland, K., Wesson, D. (1991). A Comparaison of Cultural Values in British and American Print Advertising : A Study of Magazines. *Journalism Quaterly*. Vol.68, N° 1/ 2.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

blanches et des classes sociales supérieures », tandis qu'au Royaume-Uni- pays beaucoup plus conscient des différences sociales et économiques- la presse et les annonceurs adaptaient leurs produits aux différences sociales de leurs lectrices.

4. Discours direct contre Discours indirect : parce que le public américain privilégiait le discours direct et les informations « crues », les magazines aux Etats-Unis avaient un style de rédaction plus « agressif » qu'au Royaume-Uni, où le discours indirect et sous-entendu prédominait. Katherine Toland et David Wesson²⁰¹ affirmaient que les publicités britanniques avaient tendance à utiliser l'humour, des références subtiles et des jeux-de-mots, tandis que les annonces américaines étaient plus agressives et remplies de messages subliminaux.

Toland et Wesson signalent donc que des différences culturelles entre les Etats-Unis et le Royaume-Uni donnaient des spécificités caractéristiques des chacun de deux pays à leurs magazines et à leurs campagnes publicitaires. Si le public américain était –et est toujours selon les auteurs- plus perceptible aux messages directs et fondés sur l'image stéréotypée de la « famille parfaite », les consommateurs britanniques étaient –et seraient toujours- beaucoup plus sensibles aux messages indirects et sous-entendus, ainsi qu'à la diversification sociale et culturelle.

D'après Terence Nevett²⁰², les publicités publiées dans les magazines féminins britanniques étaient moins agressives et plus subtiles que les publicités américaines, ainsi que plus humoristiques et ironiques. Toujours selon Nevett, 51% du public britannique trouvaient les publicités amusantes et drôles, tandis que 30% des américains considéraient les annonces informatives et méprisantes. Pendant les années 1950 et 1960 la presse féminine et les campagnes publicitaires n'avaient pas encore le caractère universel d'aujourd'hui, les différents magazines ne visaient que le public américain ou le public britannique, les différences culturelles de deux pays étaient donc beaucoup plus respectées.

Au Royaume-Uni les publicitaires cherchaient à élaborer des campagnes qui ne seraient pas considérées comme intrusives et qui divertissaient le public, ainsi que humoristiques,

²⁰¹ Ibid

²⁰² Nevett, T. (1992). Differences between Américain and British Advertising : Explanations and Implications. *Journal of Advertising*. Vol. XII, N° 4.p. 66.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

excentriques et visuellement innovatrices. En même temps, les publicités américaines étaient beaucoup plus agressives et directes, les produits étaient présentés de manière informative et simple, l'objectif principale n'était pas d'amuser le public ou de le faire réfléchir, mais uniquement de le faire acheter. Les britanniques, au contraire, pensaient que les publicités pouvaient être trop simplistes et, de cette manière, sous-estimer le public ; ils préféraient des campagnes plus qualitatives que quantitatives, plus concernées par comment le consommateur percevait l'esprit de marque d'un produit et interprétait l'annonce.

Selon Margaret Pigott²⁰³, à partir des années 1950 les publicitaires américains et britanniques commençaient à utiliser l'analyse du public comme le principal outil pour la création des campagnes publicitaires véritablement efficaces. Cette analyse des envies et des nécessités du public était fondée sur des sondages téléphoniques réalisées auprès des consommateurs, ainsi que sur des groupes d'observation qui mettaient en scène l'utilisation des produits par des clients lambda pour la compréhension des changements nécessaires. Pigott réaffirme encore que, malgré les similitudes politiques et sociales entre les deux pays, il y avait de multiples différences entre les façons pour les deux peuples de communiquer et d'assimiler les messages des publicités. Les publicités britanniques cherchaient à captiver le public par le rire, par l'humeur, tandis que pour les américains la publicité était uniquement un moyen de convaincre les consommateurs du besoin grandissant des nouveaux produits.

Toujours d'après M. Pigott, les deux pays avaient deux visions du monde bien différentes : les Britanniques voyaient la société de l'époque de manière monarchiste, corporative, interdépendante, anti-individualiste et très politique. La notion de la grande « chaîne de bien-être » maintenait les classes sociales connectés, ne laissaient pas de place à l'idée que les personnes les plus nécessiteuses étaient les seules responsables de leur condition et, par conséquent, ne méritaient pas de sympathie, mais également ne laissaient pas de place à l'évolution sociale.²⁰⁴ Les Américains, de l'autre côté, avaient une vision plus démocrate, individualiste, indépendante et évolutive.

²⁰³ Pigott, M. (1996). *The English of Advertising : Differences in the British and American Languages of Television Advertising*. *Revista de Lenguas para Fines Especificos*. N°3.

²⁰⁴ Op.cit. 198. p.47.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Rappelez-vous que le rôle de la publicité n'est pas de *dire* quelque chose aux consommateurs, mais de *faire* quelque chose pour eux. On peut les faire changer d'avis sur une marque ou un produit et le rendre indispensable au quotidien de ces consommateurs. »²⁰⁵

Dans le contexte des critiques féministes, Alice Courtney et Sarah Lockeretz²⁰⁶ ont pu établir quatre images stéréotypées qui caractérisaient les annonces publicitaires des magazines féminines pendant les années 1950 et 1960. Selon les auteurs, quatre-vingt-dix pour cent des publicités américaines et britanniques de l'époque montraient des images où les femmes étaient représentées à travers de leur rôle de « femme au foyer » et qu'elles se révélaient être onze fois plus probables d'être associées aux annonces de produits ménagers que les hommes. Les quatre typologies d'images recensées par Courtney et Lockeretz étaient :

1. « La place de la femme est à la maison » : pour ces annonceurs, qui renforçaient l'idéologie dominante de l'époque, le mariage et la maternité étaient les plus grands accomplissements d'une femme et cela devrait être célébré. Les produits pour le ménage, pour la cuisine, l'éducation des enfants et la maison dominaient les pages des magazines. Certaines publicités n'hésitaient pas à dire « que pour être une bonne mère, l'achat du produit annoncé était indispensable ». Voir l'annonce qui suit :

²⁰⁵ Rothschild, L. (1987). *Advertising : From Fundamentals to Strategy*. D.C : Health. Lexington, p.164.

²⁰⁶Courtney, A. E., Lockeretz, S.W. (1971) A Woman's Place: An Analysis of Roles Portrayed by Women in Print Advertising. *Journal of Marketing Research* (JMR), Vol. N° 1, p.92.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

No wonder you women buy more **TIDE** than any other washday product!

TIDE'S GOT WHAT WOMEN WANT!

NO SOAP-NO OTHER "SUDS"-NO OTHER WASHING PRODUCT KNOWN-WILL GET YOUR WASH AS **CLEAN AS TIDE!**

ONLY TIDE DOES ALL THREE:

- 1. World's CLEANEST wash!**
Yes, Tide will get your wash cleaner than any other washing product! (Tide, unlike soap, removes both dirt and soap film.) No wonder more Tide goes into American homes than any other washday product!
- 2. World's WHITEST wash!**
It's a miracle! In hardest water, Tide will get your shirts, sheets, towels whiter—yes, whiter—than any soap or any other washing product known!
- 3. Actually BRIGHTENS colors!**
Trust all your washable colors to Tide. With all its terrific cleaning power, Tide is truly safe . . . and actually brightens soap-dulled colors.

REMEMBER!
TIDE GETS CLOTHES CLEANER THAN ANY OTHER WASHDAY PRODUCT YOU CAN BUY!

TIDE'S A SUDSING WHIZZ EVEN IN HARDEST WATER

THERE'S NOTHING LIKE PROCTER & GAMBLE'S TIDE

Publicité pour la lessive Tide publié dans les magazines américains et britanniques entre 1950 et 1957

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

2. « La femme ne prend pas les décisions importantes de la famille ». Cette idée, qui était largement diffusée aux Etats-Unis et au Royaume-Uni, était fondée sur la croyance que les femmes n'avaient pas la capacité et la maturité pour prendre des décisions importantes sans l'aide d'un homme. Comme les femmes au foyer n'étaient responsables que des tâches « banales », elles n'étaient pas habituées à être indépendantes et décidées :

If your husband ever finds out
you're not "store-testing" for fresher coffee...

... if he discovers you're still taking chances on getting flat, stale coffee ... we'll be onto you!

For today there's a sure and certain way to test for freshness before you buy



Here's how easy it is to be sure of fresher coffee



Just do this:
 Press your thumb against the dome top before you buy. If it bobs, it's fresh. If the top falls, pressure's gone—take another. It's the one way to get the freshest coffee ever packed.

Look for the "Dome Top" Can of Chase & Sanborn. That dome, rounded top shows it's packed under pressure, fresh from the roaster.

No other can lets you test!
 You can't test an ordinary flat top can. Some are "Makers" that have let us in to steal freshness. But all flat top cans look alike. You can't tell which are good and which are stale.

Here's the payoff!
 Just as you pour a cup, they'll wash more! For Chase & Sanborn is a generous blend of more expensive coffees ... brought to you fresh. No wonder Chase & Sanborn pays a favor dividend you can't find in any other coffee!



"PRESSURE PACKED"
Chase & Sanborn

Publicité pour le café Chase & Sanborn publié dans MacCalls, Mars 1959.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

3. « Les femmes ont besoin de l'approbation de l'homme ». Cette idée était constamment présente dans les publicités de l'époque ; les lectrices n'avaient que choisir la « bonne » recette pour le dîner, le « bon » produit pour laver les chemises de son mari, ou encore, la « bonne tenue » pour lui plaire et le rendre fier. Si l'homme était « satisfait » de sa femme, le mariage ne courait aucun risque.

How to be a good wife though married
BY GRACIE (4-IN-1) ALLEN

GIVE HIM A LITTLE PRIVACY
• Hechomah don't want a woman around all the time.
When he's bathing the baby, don't sit next to him and read aloud from your nursery story. Just make some baby's bedtime with Swan Soap. It's pure as four counties, mild as May.

DON'T MAKE HIM FEEL CHEAP
• Every man likes to feel he can afford the best. So, when he's washing dishes—don't let him know.
It's wrong up streams with like soap, don't make his hands rough.
He'll take pride in his work, too, when he sees how clean water dishes sparkle!

BE INTERESTED IN HIS WORK
Don't you talk about your interests when he's washing your clothes in his washbasin bin for using Swan Soap. Tell him how his baby-grocery soap helps even precious things like socks.
That'll make him happy 'cause he won't have to keep buying you new things.

MAKE HIM RELAX
• Think on his taking it easy once in a while.
Just before you turn off the hot lamp, hand him a slice of soap. Then make him take a nice relaxing bath.
When he sees how swell Swan bathes him up—even in the hardest water—he'll send you postcard every day.

SEE WHAT HAPPENS
• See how wonderful being married can be! So make friends with Swan Soap.
Then you'll see a thing or two—your husband's four-swall soap do one! Clean the kids, clean yourself, clean the dishes, clean your body.
And you'll Swan happily ever after!

BABY, BATH, DISHES, DUDS
SWAN
4 SWELL SOAPS IN ONE

UNCLE SAM SAYS: DON'T WASTE SOAP!
1. Don't have soap in water. Use it before the first wash. 2. Rinse off a wash with water. Keep it in a separate container. 3. Wipe off grease. Rinse off dishes before washing. 4. Use soap suds in boiling water to make soap suds do double duty.
George and Jane Swanning the nation...

Publicité pour le savon Swan, publié dans *Housewife*, Septembre 1949.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

4. « Les hommes voient les femmes comme des « objets sexuels », donc, inférieures. Ce stéréotype était, sans doute, le plus dangereux. En considérant la femme comme « inférieure » à l'homme, les cultures américaine et britannique légitimaient la construction de l'image idéalisée des femmes et entretenaient le mythe de « la femme parfaite ».



Publicité pour la bière *Schlitz*, publié aux Etats-Unis et au Royaume-Uni entre 1955 et 1958.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Dans son ouvrage de 1994, Susan Douglas²⁰⁷ analysait l'impact de telles publicités sur les lectrices de ces magazines, surtout les plus jeunes. Selon l'auteur, les annonces mettaient constamment les familles au centre des attentions, la vie à la maison, les enfants, les parents et la « famille parfaite » et étaient les principales images utilisées par les publicitaires de l'époque. Douglas va plus loin et affirme que les années 1950 étaient la seule décennie du XXème siècle que représentait les femmes d'une manière aussi « réductrice » et négative dans ses publications.

« Les magazines nous 'disaient' que nous devrions respecter papa...mais que nous pouvions nous moquer de maman »²⁰⁸

Sans les exagérations des critiques féministes –dont S. Douglas- qui cherchaient des publicités et des articles pour corroborer leurs théories, et non l'inverse, il semble évident que l'utilisation de l'image de la « femme au foyer parfaite » par les magazines féminins n'était pas anodine. Déjà en 1963, Betty Friedan²⁰⁹ signalait que soixante-quinze pourcent du budget publicitaire d'un nouveau produit était destiné uniquement à captiver l'attention de la cliente, et non du client. Pourquoi ? Susan Douglas même a répondu à cette question en affirmant que le consumérisme des années 1950 était fondé sur l'idée que la femme était la principale responsable des achats du foyer, l'auteur affirme que quatre-vingt-cinq pourcent des achats étaient fait par la mère. Le fait que ce rôle-là pourrait donner aux femmes un certain pouvoir social, vraisemblablement, n'avait pas touché les critiques féministes.

Loin des jugements féministes, Emily Rosenberg²¹⁰ soulignait la forte identification qu'il existait entre « consommation » et « liberté ».

« La femme des années 1950 avait un pouvoir à travers de la consommation, elle pouvait s'en servir pour changer son rôle sociale, l'image d'elle-même et, de cette manière, changer toute sa vie. »²¹¹

²⁰⁷ Douglas, S. J. (1994). *Where the Girls Are: Growing Up Female with the Mass Media*. NY: Random House.

²⁰⁸ Op.cit 207. p.56.

²⁰⁹ Friedan, B. (1963). *The Feminine Mystique*. NY: W.W. Norton & Company.

²¹⁰ Rosenberg, E. (1999). Consuming Women: Images of Americanization in the American Century. *Diplomatic History*. Vol.23, N°3. p.482.

²¹¹ Op.cit. 210. p. 485.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

D'après Rosenberg, vu que la majorité des femmes Américaines et Britanniques de l'après-guerre étaient des femmes au foyer, il était logique d'utiliser cette image-là comme principale attrait pour les magazines et les publicités. Les annonceurs présumaient que les femmes qui lisaient le plus ces publications étaient celles qui avaient accepté leur rôle de « femme au foyer » et de « mère » comme leur principales missions et que, donc, répondaient à des images et à des messages proches de leur quotidien.

Contrairement à la vision simpliste des critiques féministes, qui considéraient les publicités comme un outil malséant de la société patriarcale pour réaffirmer et réduire les femmes à leur rôle domestique, il semblerait que ces annonces avaient pour principal objectif –mais pas le seul- de toucher le plus efficacement les responsables du budget familial et des achats du foyer : la femme. E. Rosenberg affirme encore que l'image de la « mère parfaite » n'était pas la seule représentation de la femme utilisée par les publicitaires. L'auteur défend l'idée que les magazines ne faisaient que s'adapter à leur public et que, les publications qui visaient un public autre qu'uniquement les « femmes au foyer », utilisaient souvent des images des femmes en train de travailler, de faire du shopping, ou encore, de sauver des vies.

Il apparaît donc le caractère extrêmement stratégique de ces publications et de leurs annonces. Christina Catalano est catégorique en affirmant que les critiques féministes étaient trop « impartiales » dans leurs analyses et que les publicitaires n'avaient pas forcément conscience du pouvoir idéologique de leurs publicités.

« A travers des stratégies efficaces de marketing, le principal objectif derrière les images des femmes dans les publicités était de générer le maximum de bénéfices possible! Pour toucher le plus grand nombre des clients, les marques se servaient d'images et de valeurs le plus populaires de l'époque : la « mère dévouée », « la femme au foyer parfaite » et « l'épouse idéale ». Si la connotation négative ou péjorative de ces représentations nous est évidente aujourd'hui...cela n'était pas le cas à l'époque. »²¹²

²¹² Catalano, C. (2002). Shaping the American Woman: Feminism and Advertising in the 1950s, *Constructing the Past*: Vol. 3 : Iss. 1, Article 6.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En effet, la vision plus simple et uniquement commerciale de Catalano est partagée par d'autres spécialistes des magazines et des publications féminines :

« Les publicités ont servi, à leur issue, de témoin de la révolution culturelle des années après-guerre et du quotidien des femmes »²¹³

« Les publicités représentent... la société. En outre, elles sont totalement intégrées dans une culture. Comprises en tant que telles, ces annonces ne sont pas un tas de mensonges, ce que leurs critiques laissent penser. Elles sont un miroir de la réalité. Elles ne dénigraient pas les femmes, mais seulement montraient la réalité »²¹⁴

Mais est-ce que la presse féminine avait aussi un rôle rassembleur qui unissait leurs lectrices dans un sentiment de « solidarité féminine » ? Le simple fait d'être une femme pouvait-il être suffisant pour regrouper tellement de personnes différentes dans une même catégorie ? En réalité cette question ne faisait pas partie de l'univers de la publication, les éditeurs ne se posaient pas la question si le seul fait d'être une femme pouvait signifier que toutes leurs lectrices appartenaient au même groupe. La définition biologique et les attentes sociales étaient suffisantes pour « comprendre » leur public, ainsi que leurs envies.

« Deux idées reçues sur ce 'lien' qui unissait toutes les femmes étaient très présentes dans l'industrie de la presse féminine : premièrement, en étant femme et en appartenant aux groupes de lectrices des différents magazines, ces femmes avaient la chance d'avoir un double sens d'appartenance sociale. Deuxièmement, cette notion de groupe et d'intérêts communs étaient tellement forte, que les envies et les nécessités individuelles passaient au second plan. C'était le fondement de la « solidarité féminine ». ²¹⁵

Les magazines féminins faisaient plus que simplement montrer aux femmes comment elles devraient être ; tout était expliqué, décortiqué pas-à-pas pour que les lectrices puissent atteindre la « perfection » souhaitée. En effet, l'une des principales similitudes éditoriales entre la presse féminine américaine et la presse féminine britannique était le fait que les deux industries fondaient leurs parutions sur des guides pas-à-pas pour montrer aux femmes

²¹³ Kurtz, J. (1997). *Dream Girls: Women in Advertising, USA Today*, 5c.

²¹⁴ Barthel, D. (1998). *Putting on Appearances: Gender and Advertising*. Philadelphia: Temple University Press, p.12.

²¹⁵ Winship, J. (1987). *Inside Women's Magazines*. Londres: Rivers Oram Press/ Pandora List. p. 11.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

comment réussir leurs objectifs, qu'ils soient psychologiques (rubriques s'aider soi-même), physiques (rubriques beauté ou nutritionnelle) ou encore, matériels (rubrique cuisine, les conseils d'achat et même les publicités).

Le magazine féminin, pour attirer les lectrices, obéissait à un impératif : l'euphorie. Son devoir était de faire croire, par un optimisme inépuisable, que tout allait s'arranger facilement dans la vie de lectrices ; et ceci grâce à des recettes, des astuces et des conseils, les femmes pouvaient alors tout accomplir ; le bonheur était garanti ! Cette apparente « sécurité » se fondait sur le renforcement des valeurs reconnues, des traits sociaux déjà acquis que la presse féminine utilisait et renforçait. Elle les mobilisait contre tout « danger », en particulier celui de l'intelligence, et utilisait les stéréotypes comme un moyen de s'assurer que les lectrices savaient quel était leur rôle et qu'elles correspondaient exactement à ce à quoi la société attendait d'elles.

« Les relations entre l'homme et la femme sont toujours conflictuelles. C'est dans la nature des choses »²¹⁶

Cette idée était à la fois le point de départ et l'aboutissement du discours des magazines féminins : « On ne pense pas » dans la presse féminine : on constate, on raconte, on réaffirme la réalité éternelle des choses.

En effet, il est très facile de constater un besoin grandissant des lectrices de consommer régulièrement les photos et les images, les conseils pratiques, les publicités, les articles et les messages des magazines. Elles avaient besoin de cette illusion de perfection, d'insertion dans le monde extérieur à la maison et à la famille : à travers la mode pour certaines, le choix d'une recette pour d'autres ; chercher une nouvelle couleur de cheveux ou un nouveau canapé. Cela leur permettait de prendre place dans la société, d'influer, d'être « utile » - c'est du moins l'impression que la presse cherchait à donner.

« On s'adapte aux données économiques, politiques du moment. Bref, tout est impunément illusoire, dérisoire, frustrant : le monde extérieur se trouve à la fois fondé et justifié par le discours magique du magazine à qui les femmes délèguent leur regard. »²¹⁷

²¹⁶ *Good Housekeeping*, Juin 1952.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Les magazines féminins réduisaient les femmes à des stéréotypes, à des images mythiques de perfection et de soumission. Une « bonne épouse » lisait ces magazines et devenait elle-même la « perfection » incarnée. Selon Roland Barthes :

« La fonction du mythe c'est d'évacuer le réel, le monde entre dans le langage comme un rapport dialectique d'activités, d'actes humains : il sort du mythe comme un tableau harmonieux d'essences. Une prestidigitacion s'est opérée, qui a retourné le réel, l'a vidé d'histoire et l'a rempli de nature, qui a retiré aux choses leur sens humain de façon à leur faire signifier une insignifiance humaine. »²¹⁸

Le stéréotype de la femme dans la presse féminine des années d'après-guerre était dû à plusieurs causes, dont la principale d'entre-elles était l'opposition entre les rôles masculins et féminins. L'homme était un corps étranger, il attirait et fascinait tout en effrayant, c'est par lui que la femme avait besoin d'être reconnue.

Les magazines féminins, reflets de l'univers quotidien des femmes, témoignaient de ce caractère étrange de l'homme, mais dans le même temps, instillaient chez les lectrices les pires confusions de langages et les pires clichés sur les hommes. Les articles étaient là, semaine après semaine, paragraphe après paragraphe, à enseigner aux femmes comment « séduire » les hommes, comment « garder » son mari et « le rendre tellement heureux, qu'il n'aura d'yeux que pour elle » ; les mille et une recettes pour captiver le « maître /mari » – économiquement, affectivement et sexuellement- et en tirer les ficelles avec habileté. Du moins, c'est ce qu'elles pensaient.

L'homme dans les magazines féminins n'était vu que comme « mari ». Les articles sur « comment garder son mari pour toujours », « comment faire de la maison un endroit agréable pour son mari », « les hommes préfèrent les cheveux longs », « comment satisfaire son mari au lit » ou encore sur « ce que les hommes attendent de vous », étaient proposés aux lectrices toutes les semaines. Parce que, dans le système social et économique dont ces publications étaient le miroir, c'étaient les hommes qui possédaient les clés de tout : l'argent, les lois, le travail, la politique, le pouvoir. Il était important, selon ces articles, de se concilier avec ce « mari », qui avait la puissance intellectuelle, économique et sociale ; non parce que les

²¹⁷ Op.cit. 180.p. 11.

²¹⁸ Barthes, R. (1957). *Mythologies*. Paris : Points. p.251.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

femmes « avaient besoin de vivre avec un homme à cause du système social et culturel qui était renforcé par ces magazines mêmes », mais parce que « c'est dans la nature de la femme de s'épanouir à travers la famille, dans les bras d'un homme qui couvre tous ses besoins »²¹⁹. C'est parce que la femme est « naturellement possessive » qu'elle veut « garder » son mari pour toujours et l'accaparer, et ceci, non pas parce qu'elle est tellement dépendante de cet homme mais parce que sans lui, son monde s'écroulerait. Il surgissait alors l'angoisse, la peur, l'étouffement, la dépression, le piège et le désespoir.

« Dans les magazines féminins, rare est celui qui peut échapper à sa fonction de mari, fonction à la fois sociale, économique, sexuelle, reproductrice... L'homme/mari est à conquérir, à posséder, à entretenir et à conserver comme le bien le plus précieux. C'est un bien au sens le plus concret, le plus économique du terme. Le droit de propriété s'exerce sur lui avec une bonne conscience féroce. (...) Une solidarité de propriétaire s'établit spontanément dans le code féminin 'Ne touchez pas aux maris des autres' »²²⁰

Il s'agissait de masquer les problèmes, d'empêcher la compréhension des contradictions entre les stéréotypes féminins et masculins qui façonnaient les relations entre les deux sexes dans les cultures américaine et britannique des années 1950 et 1960. La presse féminine donnait aux lectrices un nombre infini de conseils, de recettes, d'analyses, afin de montrer comme il était « simple » de manipuler celui qui était devenu leur objet, leurs maris. D'abord, comment le garder, car la concurrence « était grande », l'idée de compétition était partout. Dardigna affirme que la motivation des actions et des échanges entre les époux venait -au moins de la part de la majorité des femmes au foyer- non des désirs personnels de chacun, mais d'une nécessité de réaffirmation et de possession vis-à-vis de son partenaire ; les femmes avaient les « conseils » des magazines en mémoire semaine après semaine, ces mêmes « conseils » étaient repris par la télévision, la radio, le cinéma et la publicité. La femme au foyer était « piégée » dans un cercle vicieux qui commençait dans sa propre maison, sur son canapé, pendant la lecture de son magazine préféré.

²¹⁹ *Elle*, n° 1368.

²²⁰ Dardigna, A.M. (1978). *La Presse « féminine »: fonction idéologique*. Paris : FM. p. 37.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Le vécu des lectrices, leurs détresses, drames ou plaisirs se trouvaient réduits, figés, transformés en stéréotypes. Ligne après ligne, des articles intitulés « L'ère de la gloire »²²¹, « Les femmes, le sexe supérieur »²²², « Comment survivre à un chagrin d'amour »²²³ ou encore, « Ce que votre cuisine dit sur vous »²²⁴, limitaient les femmes à leur rôle « d'épouse », de « mère », de « femme au foyer » et les hommes dans l'image du « chef de famille », du « mari tout puissant » et du « père absent ».

Implicitement il était suggéré que ces problèmes, que les femmes supposaient propres à leur foyer, étaient ressentis par toutes les familles et que donc, étaient « naturels », dans « l'ordre des choses ». Les magazines avaient une manière de réduire les conflits, les doutes, les contradictions, les révoltes en simple « réalisme », en un « quotidien normal et banal ».

Une véritable démonstration de l'idéalisation des femmes se dégageait à travers les articles et interviews de la presse féminine. Les journalistes se contentaient de « classer » les faits, de les organiser, de les étiqueter par catégories : « lettres d'amour », « rubrique psychologie », « conseils », « lettre de détresse » et tant d'autres classifications. Les hommes n'échappaient pas à cette organisation, « les hommes qui ne disent pas je t'aime », « le stratège », « le mari classique », « le coureur », etc... Cette catégorisation systématique permettait aux magazines de réduire l'impact de ces témoignages sur leurs lectrices, une sensation de « normalité » et de « banalité » noyait les frustrations et les peurs des femmes, elles comprenaient qu'elles n'étaient pas les seules à ressentir ce désespoir.

Une question essentielle s'impose devant de tels idéaux : pourquoi les femmes, et elles seules, étaient « responsables » de préserver ces valeurs ? Pourquoi les hommes ne seraient-ils pas aussi les défenseurs de la « famille » et de « l'être ensemble » ? Selon Anne-Marie Dardigna, tout est une question de culture, les sociétés américaine et britannique avaient forgé leurs femmes au foyer de telle manière, qu'elles pensaient à leur devoir patriotique d'abandonner leurs carrières et de se dédier exclusivement à la famille et à la protection des « valeurs de la nation ». En réalité, il serait plus honnête et rationnel de reconnaître que cet ordre des choses avait le mérite d'avantager le système économique et social de deux pays: entretien de la force

²²¹ *Good Housekeeping*, Novembre 1959.

²²² *Good Housekeeping*, Mars 1955

²²³ *Ladie's Home Journal*, Décembre 1956

²²⁴ *McCall's*, Avril 1957

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

de travail de ceux qui travaillent (les hommes) ; éducation des enfants et de la future force de travail ; habitudes de passivité, de disponibilité et d'absence de sens critique.

Mais finalement, à quel point la presse féminine et le « culte de la féminité » influençaient les comportements et la mentalité de leurs lectrices ? D'après Marjorie Ferguson²²⁵ les magazines féminins promouvaient la notion du « monde de la femme », un monde fondé sur le conformisme et sur la solidarité féminine. L'auteur défend l'idée que ces publications créaient un « univers uniquement pour la femme », où la réalité serait constamment adaptée aux idées préconçues sur le rôle des femmes dans les cultures américaine et britannique. Le « culte de la féminité » deviendrait « le culte pour la féminité ».

« Tout change, mais rien ne change vraiment. Les magazines continuaient à diffuser le message que les femmes étaient différentes et qu'elles devraient avoir un « monde à part », celui de la presse féminine. La femme restait un objet de culte, la base d'une idéologie, la déesse...l'homme n'était qu'un objectif. Paradoxalement, cet ordre des choses ne changeait en rien l'importance de la place de l'homme dans ce culte ; à travers les changements sociaux et culturels des différentes époques l'homme continuait à être vu comme un aboutissement »²²⁶

2.3.2. Un monde clôturé, les perversions du mythe

La « nature » des choses, des êtres, des relations, la « nature féminine » et la « nature masculine » étaient des idées constamment évoquées dans les magazines féminins américains et britanniques. Sans tenir compte d'aucune analyse scientifique ou condition historique, elle permettait d'éviter toute analyse profonde et critique des situations- liées à la condition de la femme ou pas. Et, curieusement, cette « nature des choses » présentait des fortes analogies avec l'idéologie dominante à l'époque : l'idéologie de la « femme parfaite ».

La notion de « nature » était toujours présentée comme quelque chose « d'inné, de spontanée », de ce point de vue, le principal objectif de la femme devrait être la maternité ; son « destin biologique » et son « instinct ».

²²⁵ Ferguson, M. (1983). *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres: Heinemann, p.185.

²²⁶ Op.cit 196. p. 190.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

L'idéologie de la « femme parfaite » et de l'*American Way of Life* –aux Etats-Unis mais aussi au Royaume-Uni- préconisait l'idée que la maternité, que la « nature des femmes », entrainait directement en conflit avec l'existence sociale et professionnelle qu'elles pourraient avoir en dehors de la maison. Non seulement la femme a dû payer de sa personne pendant les neuf mois de grossesse, mais elle *devait* aussi consacrer toute sa vie, son existence, ses forces et son attention à la famille et aux enfants, tout ce qui était extérieur à ce noyau domestique devait être exclu.

« Elle devra bien un jour ou sacrifier sa carrière, ou bien prendre le risque de faire de ses enfants des victimes »²²⁷

Cependant, de plus en plus de femmes au foyer travaillaient en dehors de la maison –pour des raisons uniquement financières ou pas. Le tableau qui était donné dans les magazines féminins était alors très sombre :

« Les difficultés sont parfois insurmontables. On en connaît la liste : l'effarant surmenage du double métier, la nervosité, l'absence au moment de la sortie de l'école, la difficulté de soigner les maladies des enfants, l'impossibilité de faire coïncider les dates des congés... »²²⁸

Selon les valeurs culturelles de l'époque, les femmes devaient « dire merci » à leurs employeurs lorsqu'ils les licenciaient puisqu'ainsi, grâce à eux, elles pouvaient retrouver la vraie vocation de leur nature féminine. Les gouvernements américain et britannique étaient sans doute séduits par ces perspectives et de nombreuses « campagnes d'opinion » se sont organisées sur le thème la maternité.

Il ressort alors une différence très intéressante et révélatrice entre les valeurs culturelles américaines et britanniques. Après des années de restrictions, de destruction et de souffrance, le Royaume-Uni vivait enfin une période de paix et de prospérité ; les réformes apportées par le *Welfare State* amélioraient les conditions de vie des britanniques. Néanmoins, le sentiment d'euphorie et d'espoir dans l'avenir était beaucoup plus discret au Royaume-Uni qu'aux Etats-Unis. Cela avait plusieurs raisons, dont la nécessité de reconstruction des villes et campagnes bombardées pendant la guerre, la réorganisation de l'économie nationale, l'esprit

²²⁷ McCalls, Janvier 1957.

²²⁸ *Elle*, n°1351.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

beaucoup plus revendicatif et engagé des britanniques, ainsi que la conscience que le pays avait déjà enduré des changements fondamentaux qui commençaient enfin à donner leurs fruits.

L'optimisme américain se personnifiait dans l'image de la « mère de famille ». La femme était incitée à nier ses autres capacités et à sublimer son rôle de « mère » comme principal socle et symbole d'une nouvelle société. Au Royaume-Uni, cependant, le rôle de « mère » était certes le plus important dans la vie d'une femme, mais ne devrait pas être le seul. La participation féminine dans la reconstruction du pays allait plus loin : le travail en dehors de la maison était fortement recommandé, ainsi que l'engagement politique, social, religieux et syndical.

Au début des années 1950 le Royaume-Uni vivait toujours une période de restrictions : la crise économique, l'industrie en pleine reconstruction, un hiver extrêmement rigoureux, les maisons qui avaient encore des problèmes de chauffage et d'électricité et le rationnement d'aliments, de vêtements, d'essence, de papier et de savon rendait le quotidien des britanniques encore très rude. En même temps, ainsi qu'aux Etats-Unis, le nombre de mariages n'a jamais été aussi élevé, ainsi que celui des naissances.

Dans un contexte aussi compliqué et incertain, l'Etat britannique demandait aux femmes de reprendre leur rôle dans le monde du travail, étant donné que la majorité d'entre elles était retournée à la maison après la fin de la guerre en 1945. Un débat sur le véritable rôle des femmes avait été lancé.

La presse féminine du pays était prise entre deux feux pour leurs lectrices: continuer à soutenir les campagnes nationales, qui, désormais, incitaient les femmes au foyer à reprendre leurs postes, ou, continuer à valoriser le rôle de « mère » et « d'épouse », considérant que les conditions de travail n'étaient pas favorables aux familles. Pour leur retour au monde professionnel, les industriels allaient donc devoir faire des changements dans le quotidien de leurs employées : il était inutile de proposer aux femmes de commencer leurs journées avant huit heures du matin si leurs enfants ne commençaient l'école qu'à partir de neuf heures, si les crèches étaient dépassées, ou sans aménagement dans les horaires des commerces et des transports en commun.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Même si cette vision plus positive du travail féminin était bien répandue parmi les britanniques, l'idéalisation des femmes comme « femme au foyer parfaite » était finalement le principal trait de la culture de l'après-guerre au Royaume-Uni. Une vision était cependant commune aux deux pays : les femmes qui travaillaient devaient avoir l'accord de leur mari et, surtout, ne pas être trop attachées à cet emploi. La famille devrait être le principal intérêt de la femme, son travail ne devrait pas porter préjudice à l'union familiale, qui devrait passer avant tout engagement professionnel ou emploi de temps contraignant. Elles devaient se désassocier d'un engagement professionnel total et se définir uniquement à travers de leurs rôle de « mère au foyer ». Sous cette condition, les sociétés américaines et britanniques accepteraient qu'elles occupent les postes les moins prestigieux, laissant aux hommes les places les plus importantes et mieux rémunérées.

« Malheureusement, les années de guerre ont été remplacées par la 'bataille pour la paix'. Il y avait une urgence nationale... reconstruire nos maisons et nos industries allait prendre autant de temps et demander autant d'effort que pour vaincre l'Allemagne et le Japon. Cet effort était particulièrement rude pour les femmes britanniques. »²²⁹

Les magazines féminins britanniques présumaient qu'il y avait des femmes qui travaillaient en dehors de la maison. Ces publications encourageaient leurs lectrices à participer à la vie politique locale et aux principales préoccupations nationales, comme la reconstruction du pays, la menace nucléaire, la société de consommation et la consolidation de l'*American Way of Life*, à travers leur rôle de « femme au foyer parfaite ».

« Seules les femmes et les familles traditionnelles pouvaient empêcher l'homme de se perdre et le capitalisme de détruire les sociétés. »²³⁰

Cette existence en fonction de la famille et des enfants était inlassablement renforcée par la presse féminine. Selon les magazines, la reproduction était l'affaire des femmes et d'elles seules. Les journalistes n'avaient pas assez de belles phrases pour leur faire comprendre que

²²⁹ Winship, J. (1987). *Inside Women's Magazines*. Londres: Rivers Oram Press/ Pandora List p.30.

²³⁰ Coontz, S. (1992). *The Way We Never Were: American Families and the Nostalgia Trap*. NY:Basic Books, p.32.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

le « métier de mère » était le plus beau métier du monde. Ces femmes s'enfermaient dans leur « prison dorée » avec la bénédiction de leur entourage dans leur rôle de reproduction.

« Après des milliers d'années de civilisation, de progrès, de philosophie, nous en sommes toujours à l'originelle division du travail : production/ reproduction. Effet sans doute de la sainte « nature » gracieusement aidée par le système patriarcal et ses variantes contemporaines, nécessités du capitalisme. »²³¹

Chacun des époux se percevait dans une chaîne de stéréotypes et voyait l'autre comme une image déformée par la succession des clichés idéologiques dans lequel le couple a été pris. C'était en fonction de ceux-ci que les relations entre les sexes se formaient, à travers des images et des mythes successifs, incapables de retrouver leurs propres personnalités. Les désirs de chacun étaient filtrés par des idées reçues et des peurs de l'autre.

L'obligation et la nécessité de la fonction maternelle étaient imposées aux femmes comme un privilège exclusif, un don qu'elles seules pouvaient avoir. Néanmoins, ce « destin obligatoire » était un véritable obstacle à leur insertion dans le monde du travail et la société de l'époque.

De cette manière, comme la « place de la femme » était à la maison, son travail à l'extérieur était vu comme seulement complémentaire, un salaire d'appoint qui s'ajoutait à celui du mari. Ce n'était pas sur elle que s'était fondée la vie économique du couple, même si parfois son apport était substantiel ; le salaire de la femme contribuait au paiement des vacances, des activités des enfants ou encore des loisirs de la famille. Les articles et les publicités des magazines féminins endossaient cette idée que la « mère » ne devait pas travailler à l'extérieur de la maison, le travail féminin était donc considéré avec méfiance, comme une menace. Les articles et les publicités qui glorifiaient le rôle de la « femme au foyer » et de la « mère » étaient innombrables et constants :

« Je m'engage à l'aimer, honorer et l'obéir, à cuisiner, à faire les courses, à faire les lits, la poussière, coudre les rideaux, prendre soin des bébés et à bien recevoir ses invités... »²³²

²³¹ Op.cit. 186. p. 61.

²³² *McCalls*, Mars 1946, publicité pour *Penn Mutual Life Insurance Company*

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« J'ai réfléchi. Continuer à travailler dans ces conditions, cela voulait dire m'exténuer par des transports quotidiens, courir sans cesse après le temps et rentrer énervée dans une maison désorganisée par mon absence, pour retrouver un mari lui-même fatigué par son métier. Cela n'en valait pas la peine et j'ai donné ma démission. »²³³

“I promise to love, honor, obey”
and
cook meals buy groceries . . . make beds sort laundry dust furniture sew curtains darn socks take care of babies entertain guests
etc.

Lady, you have a job!

In fact, twenty jobs. That young husband of yours is counting on you for so many things. If he were to lose you, he'd be in a tough spot. He'd have to get a lot of help and get it fast . . . have to spend time and money making the necessary readjustments.

But these thoughts may never occur to him. It may be up to you to speak first . . . to explain to him that the way for him to protect himself is to insure your life, just as he has insured his life to protect you. And, of course, the cash value of the policy would soon represent a nice little nest egg if it were needed.

A Penn Mutual Underwriter can explain “wife insurance” to you and your husband in detail. Experience has made Penn Mutual Underwriters familiar with the needs of people just like you. They can give you some helpful pointers on Social Security, too, for it is their business to put together the various items that concern a family's future and fit them into a pattern that will assure the maximum of security and peace of mind.

THE PENN MUTUAL LIFE INSURANCE COMPANY
FOUNDED IN 1847
INDEPENDENCE SQUARE, PHILADELPHIA

• YOUR LIFE PLAN DESERVES THE EXPERT GUIDANCE OF A PENN MUTUAL UNDERWRITER

234

²³³ *Good Housekeeping*, Février 1953.

²³⁴ *Good Housekeeping*, Juin 1952

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

La lecture des magazines féminins a dû certainement aider les jeunes femmes à confirmer les valeurs reçues au cours de leur éducation : se marier et se subordonner à son mari ; assimiler et personnifier les valeurs féminines du rôle de « femme au foyer » et de « mère » ; renoncer à ses propres ambitions professionnelles et se dédier uniquement au bien être de la famille et, surtout, de son mari. La conclusion espérée, prévisible et conditionnée, était la « démission » de son rôle social et professionnel avant même l'arrivée des enfants. Le travail à la maison n'était jamais mis en question, il allait de soi, puisqu'il était gratuit, quotidien et « naturel à la femme ». Cependant, le travail à l'extérieur de la maison était considéré comme un problème, comme un obstacle au *togetherness* et au bonheur de la famille.

« La mère au foyer est un facteur d'équilibre. Les enfants ont besoin qu'il y ait quelqu'un à la maison quand ils rentrent de l'école (...) Non, il ne s'agit pas de culpabiliser les femmes qui travaillent. Je dis que la façon de vivre, actuellement, n'est pas bonne pour la famille »²³⁵

La relève des idéologies était donc assurée et les femmes avaient encore un long chemin pour faire reconnaître leur droit au travail. Malgré cela, des millions des femmes –et mères– défiaient ces idées reçues et travaillaient en dehors de la maison chaque jour. Il est possible de constater un décalage étrange entre les « théories » diffusées par la presse féminine et la réalité des désirs, des nécessités et du quotidien des femmes actives. En effet, les magazines féminins faisaient partie des moyens utilisés pour la construction de l'idéologie de la « femme au foyer » et les messages subliminaux diffusés par ces articles étaient intrinsèques à la mentalité des lectrices. Le travail était un obstacle, un problème qui devait être écarté pour le bien de la famille et de la nation ; la « place de la femme était à la maison » à « s'occuper de son mari et de ses enfants ».

Lorsque l'homme invitait un ami ou un collègue à dîner, la « maison » était supposée être un lieu familial, agréable et chaleureux animé par la présence d'une femme au foyer- toujours disponible et accueillante : c'était un endroit sécurisé, fixe, et rassurant, à la fois économique et affectif. Les articles et les publicités démontraient par tous les moyens que, décidément, le travail à l'extérieur de la maison « n'était pas un moyen de s'épanouir » pour une femme ; elle trouverait le bonheur uniquement à travers la vie familiale à la maison, à travers le repassage,

²³⁵ *Ladie's Home Journal*, Mars 1957.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

la cuisine, le ménage, la lessive, la vaisselle, la poussière, le bain des enfants et leur éducation.

« La société peut toujours se transformer, les rapports mères/enfants sont encore régis par ces sempiternelles lois de la nature. Il n'en reste pas moins que la vocation d'une femme-organiquement- est de reproduire l'espèce, et que ses occupations sociales ne viennent se greffer qu'en plus de cette fonction essentielle. (...) La plus grande erreur de la femme, c'est de ne pas s'accepter telle qu'elle est. En voulant se donner trop d'importance, elle perd parfois conscience de son importance. »²³⁶

Cependant, pour maintenir les femmes dans leur rôle si « précieux » de mères de famille, la presse féminine savait exactement comme s'y prendre au cas où la « vocation naturelle » ne suffirait pas. Selon Anne-Marie Dardigna, les bases de cette manipulation s'appuyaient sur les trois points essentiels du statut féminin dans les sociétés américaines et britanniques : l'aliénation des femmes dans leur rôle sexuel, social et économique ; leur subordination dans le mariage et la difficulté d'insertion dans le monde du travail. La « complicité » théorique entre les magazines féminins et leur lectrices n'était qu'un prétexte pour introduire une autorité idéologique qui posait des limites aux désirs et aux ambitions des femmes.

En effet, la fonction idéologique de la presse féminine leur imposait une forte contrainte : l'obligation de canaliser, de transformer et d'apprivoiser les nécessités et les envies des femmes au foyer en les rendant « assagies », « domestiquées », et parfaitement conformes à l'idéologie de la *perfect housewife*. Le cheminement observé, de l'américain *McCall's* au britannique *Housewife* consistait en une surenchère de langage sur les « victoires acquises » par la femme, le mariage, les enfants, la maison et la « liberté d'être femme au foyer ».

C'est la femme qui aidait, qui préparait, qui entretenait et qui soutenait, sur qui on pouvait compter mais qui restait en arrière, en retrait, toujours en second plan. Il n'était pas étonnant que, réduites aux coulisses et à leur rôle « d'épouses », une grande partie des femmes américaines et britanniques présentaient une fragilité nerveuse facilement perceptible.

²³⁶ *McCalls*, Novembre 1955.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Transfert constant d'une personnalité sur l'autre, la vie de « femme au foyer » était une vie par procuration, justifiée par : la réussite du mari, le bonheur des enfants, la perfection de la maison ou encore, la joie de recevoir et d'entretenir les invités. Les détails changeaient, l'image variait plus ou moins d'un pays à l'autre, d'un magazine à l'autre, mais les structures, les messages et les contenus étaient les mêmes.

Pour réussir un dîner, un maquillage, une tenue, une soirée, une décoration et même l'éducation de ses enfants, les lectrices pouvaient compter sur leurs magazines préférés pour avoir des conseils et des solutions « aux problèmes féminins ». L'équivalent pour l'homme, réussir une pelouse, un barbecue, retapisser le salon, réparer la voiture ou encore, bien tailler sa barbe, ne serait pour lui qu'une activité de loisir, facultative et secondaire. Or, pour les femmes, cela consistait à « l'essentiel » des « problèmes féminins ».

La presse féminine de l'époque, aux Etats-Unis mais aussi au Royaume-Uni, montrait un portrait inexact et utopique de la réalité des femmes des classes supérieures, le rapport entre le travail à la maison et le monde professionnel était complètement détourné et façonné selon leurs intérêts.

« Il ne s'agit donc pas de savoir s'il est plus important d'être secrétaire ou d'organiser la vie de couple, la vie à la maison ou 'd'être disponible pour son mari'. Poser le problème ainsi revient à le détourner, le limiter, en le ramenant à des perspectives anecdotiques, au cas particulier. (...) Il est plutôt nécessaire de voir clairement que la 'vie à la maison' -coulisses, intendance, aide, préparation- s'ajoute à la situation de la femme en fonction de l'homme, du mariage, de la maternité, à la méfiance pour le travail extérieur. Que cette accumulation de données provoque l'enfermement implacable de la femme dans une vie par procuration, dans un processus de castration. (...) Accepter cet enfermement, voulu, créé par les hommes, c'est accepter de n'être que 'complémentaire', que vivre à moitié, d'être suiveuse. »²³⁷

²³⁷ Op.cit 220. p.81.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

2.3.3. Comme dans les contes de fées ? Les sujets les plus abordés

Toujours selon Anne-Marie Dardigna, la réalité n'était pas complètement absente des magazines féminins. Les problèmes réels des familles américaines et britanniques étaient bien présents dans les publications, mais d'une manière « discrète », légère et presque imperceptible : le chômage du mari, les maladies, les difficultés d'une famille nombreuse, les relations conflictuelles entre les époux, et, surtout, la dépression, la frustration et le désespoir des « femmes au foyer ». Face à ces problèmes du quotidien, la presse féminine avait toujours les réponses et les solutions, l'idéologie de la *perfect housewife* gagnait à chaque fois : l'amour était un « trésor », la famille, une « bénédiction », les enfants, des « miracles » et le mari, « le bien le plus précieux d'une femme ».²³⁸

Pleurs, crises de nerfs, scènes de ménage, amertume, infidélité, dépression, angoisse de ne pas être assez belle, assez mince, assez intelligente, assez « bonne mère », assez « bonne épouse », ou assez soumise. Les magazines féminins mettaient en place une variété de culpabilités faussement « réparées » par les « recettes anti-frustration » données aux lectrices page après page. L'illusion du bonheur, du dépassement de soi et de la « perfection » était obligatoire. Une femme ne pouvait être heureuse et réalisée qu'à travers le mariage et la famille, ce principe était corroboré par le discours de la presse féminine- discours qui ne pouvait être qu'idéologique. L'exemple type de ce stéréotype est cet article publié en 1952 sur le divorce :

« Mais, à notre époque, encore et toujours, le mariage reste un lien plus fort que les autres. Même quand on le nie. Parce qu'il est plus difficile à rompre, parce que le tribunal s'en mêle, parce qu'il laisse des suites. Mais aussi parce qu'un acte public est doté d'une puissance unique et, d'une certaine façon, sacrée. Le fait de donner son nom, de prendre le nom d'un autre, de l'avoir donné, de l'avoir pris, de l'avoir conservé, le fait d'avoir ouvertement vécu ensemble, constitué une famille, garde pour beaucoup de gens un poids mystérieux »²³⁹

La force de la parole stéréotypée du magazine féminin était justement son caractère dissimulé, invisible, subliminal. En effet, les lectrices absorbaient ces messages sans se rendre compte

²³⁸ *Housewife*, Février 1953.

²³⁹ *McCalls*, Novembre 1957.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

que leur vision d'elles-mêmes se façonnait selon les articles, les images, les conseils et les publicités de ces publications. L'intelligence des femmes ne prêtait qu'une attention négligente à ces messages, elles ne les lisaient pas avec un regard critique, mais avec leur inconscient, beaucoup plus facile à se façonner.

Selon Roland Barthes,²⁴⁰ l'utilisation des messages subliminaux était d'autant plus dangereuse qu'elle ne peut pas être « mesurable » objectivement. Il est impossible de « prouver » ces messages à travers l'opinion de la majorité des lectrices de la presse féminine, elles n'étaient pas consciemment au courant de ce pouvoir de leurs magazines. La signification idéologique de ces publications était masquée sous une apparence « naturelle » et « bienveillante », la manipulation était bien simulée mais toujours omniprésente.

Alors que le magazine féminin était supposé représenter les femmes et leur donner la parole, ces publications, en réalité, la leur supprimaient. Il n'était qu'une parodie de cette parole, une mise en scène pour faire croire aux lectrices que leurs envies et leurs nécessités étaient écoutées ; en privant les femmes de la réalité et de leurs vrais besoins, la presse féminine les enfermait définitivement dans leur prison dorée. Pour « parler » du monde, les magazines féminins avaient une vision très spéciale des événements ; les personnalités importantes et symboliques de l'époque n'étaient représentées que du point de vue anecdotique de leur vie privée, les faits les plus marquants, étaient évoqués de manière subtile et superficielle :

« En 1962, c'est elle, Jackie, qui à l'issue d'un dîner sauve peut-être les U.S.A., et le monde, d'une catastrophe irréparable : John Kennedy vient d'apprendre que les Russes acheminent des missiles atomiques vers Cuba. Il en avertit sa femme, alors occupée par ses invités à la Maison Blanche. Jackie le rejoint dans son bureau : 'C'est une folie, dit-elle. Tu peux l'arrêter. Fais-le.' John l'écoute. De justesse le pays est sauvé ! »²⁴¹

Au long des pages, « l'expertise » d'un pseudo « psychiatre, psychologue, médecin ou spécialiste » était toujours affichée comme la vérité, comme la meilleure manière de trouver la solution à ses problèmes. Pour les femmes qui préféraient se dédier à leurs carrières plutôt

²⁴⁰ Barthes, R. (1967). *Système de la mode*. Paris : Editions du Seuil.

²⁴¹ *Elle*, Mars 1965.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

qu'au mariage, pour celles qui ne voulaient pas d'enfant, ou encore qui n'étaient pas certaines de leur sexualité, ces « spécialistes » avaient toujours une explication. Un exemple :

« La psychologue sourit devant ces cas, ceci est qu'une minorité. Ce sont des femmes narcissiques, incapables de se fondre dans un autre être ; infantiles ou irresponsables, égoïstes et incapables d'aimer »²⁴²

L'échec était la phobie des *Perfect Housewives*, l'échec du mariage, de la maternité, de la famille, de la féminité. Les magazines féminins non seulement connaissaient cette phobie, mais ils s'en servaient dans chaque parution ; reconnaître la possibilité d'échouer, ce serait admettre un défaut, une faille dans l'image de la « famille parfaite ».

Il était certe plus facile de culpabiliser les individus et de leur demander de s'adapter au système, que de modifier les structures et la culture en place- que ce soit au Royaume-Uni ou aux Etats-Unis. D'autre part, accepter comme normal l'échec d'un grand nombre de mariages, ou même de l'idée du mariage, accepter qu'une femme pouvait être heureuse sans mari ou sans enfants, ce serait une remise en question de tout le système lancé par l'*American Way of Life*. Dès lors, comment et pourquoi investir autant d'efforts et dédier toute sa vie à des valeurs- le mariage, la famille, « l'être-ensemble »- dont la réussite n'était pas complètement assurée ? La presse féminine était l'un des instruments (de même que la télévision, la radio, les publicités, la consommation ou encore le cinéma) utilisés pour forger les mentalités, pour renforcer les idéologies et assurer la viabilité d'un nouveau mode de vie.

« L'essentiel devient de prévenir une érosion éventuelle : brouiller les pistes, retarder le plus possible l'éclatement. Tout est bon pour stimuler l'optimisme, nier les contradictions, neutraliser les angoisses. On met l'accent sur les détails, les particularités d'une situation « isolée », les épiphénomènes, on accumule les anecdotes pour masquer les raisons profondes »²⁴³

Selon Nancy Walker²⁴⁴ les magazines féminins n'abordaient que les sujets dits « domestiques », liés à la vie de famille, à la maison, à la cuisine, à la mode et aux enfants.

²⁴² *Housewife*, April 1952.

²⁴³ Op.cit. 200. p. 105.

²⁴⁴ Walker, N. A. (1998). *Women's Magazines 1940-1960 : Gender Roles and the Popular Press*. Boston : Bedford Books.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Effectivement, la presse féminine était le moyen parfait pour la diffusion de l'idéologie de la « femme au foyer », presque toutes les familles des classes supérieures recevaient un ou plusieurs magazines par semaine. La parution de juillet 1960 de *McCall's* est un bon exemple de la glorification de « l'être ensemble », sa table de matière était la suivante :

1. Un article sur la calvitie féminine
2. Un poème intitulé « Un homme est un homme »
3. L'histoire d'une jeune fille qui rencontre l'homme de sa vie
4. L'histoire d'un « couple en crise », qui dort dans des lits séparés depuis quelques semaines après une dispute sur l'addiction aux jeux de hasard du mari
5. Un article sur comment augmenter son estime de soi
6. Six pages d'éditorial mode
7. Quatre pages sur comment avoir le même corps que les mannequins
8. Un article sur comment trouver un deuxième mari
9. Un article sur comment réussir un bon barbecue

Tout cela était, évidemment, combiné à des dizaines –voir une centaines- de pages d'annonces publicitaires pour des produits et des services qui pouvaient intéresser la mère de famille, la responsable des achats du foyer. Toujours d'après N. Walker, la culture de consommation de masse était façonnée par les médias, le cinéma –surtout Hollywood- par les publicitaires et, particulièrement, par l'Etat américain et l'Etat britannique. Selon elle, l'acte même de lire ces magazines et d'acheter les produits annoncés dans ces parutions était le résultat du fort pouvoir manipulateur de ces publications, les lectrices fondaient leur quotidien sur les astuces et conseils écrits par les journalistes et les « experts ».

Généralement, les magazines féminins américains et britanniques de l'époque présentaient les mêmes contenus et la même organisation. Les sujets les plus traités étaient toujours similaires :

1. Mariage et famille
2. Maison et cuisine
3. Santé
4. Beauté et mode

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

5. Questions politiques et/ou sociales
6. Développement professionnel
7. Vacances
8. Divers

Les pages d'annonces publicitaires étaient partie intégrante des publications, au même titre que les contenus éditoriaux- certaines parutions avaient plus de pages de publicités que d'articles. Même si le principal objectif de la presse féminine était de divertir ses lectrices, le rôle économique et commercial des magazines ne doit pas être sous-estimé ; des dizaines des produits étaient annoncés à chaque mois, des savons aux aliments surgelés, du produit vaisselle à l'électroménager. Pour profiter de cette visibilité incroyable les annonceurs étaient de plus en plus nombreux à exiger un espace publicitaire dans les magazines. A la fin des années 1940 et tout au long des années 1950 les tarifs pour une page d'annonce dans un magazine féminin étaient très attractifs- surtout aux Etats-Unis : une publicité sur la couverture de *Good Housekeeping* ne coûtait que vingt-cinq centimes en 1947 et une page d'annonce dans *McCall's* valait environ quinze centimes en 1950.²⁴⁵ Au Royaume-Uni les chiffres d'affaires réalisés par la presse féminine étaient également impressionnants : en 1951 les revenus publicitaires des principaux magazines féminins étaient de £1,1 million ; ils ont grimpé à £2,3 millions en 1953 et jusqu'à £5,3 millions en 1958²⁴⁶.

Aux Etats-Unis ainsi qu'au Royaume-Uni, l'une des principales fonctions des magazines féminins était de donner des conseils aux lectrices, de comment réussir un plat à comment bien élever ses enfants. Néanmoins, la nature de ces leçons a beaucoup changé depuis les années 1920, la décennie qui a marqué le début de l'utilisation de la presse féminine comme diffuseur de la future « société de consommation ».

En 1920, par exemple, dans la parution du mois de Février l'éditeur du magazine américain *Ladies Home Journal* publiait un article sur les écrivains qui marquaient la littérature du pays et le magazine britannique *Housewife* éditait une rubrique sur les suffragettes anglaises en

²⁴⁵ Ibid. p.9.

²⁴⁶ Ferguson, M. (1983). *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres: Heinemann. p. 23.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Juillet 1923 ; et, l'américain, *Good Housekeeping* diffusait une chronique sur les élections présidentielles dans le magazine de Septembre 1932.

A partir de 1945, ces sujets culturels, politiques ou d'actualité ont été remplacés par des conseils sur le mariage, la famille, les enfants, la maison, le ménage, la cuisine, la mode et tout ce que pouvait intéresser la « femme au foyer ». Plutôt que de participer au développement de l'idéologie de la *perfect housewife*, la presse féminine américaine et britannique du début du XXIème siècle encourageait les aspirations individuelles des femmes : l'éditeur du magazine américain *Ladies' Home Journal* défendait dans le préface de la parution d'Avril 1923 que « C'est une chose incroyable de contempler le développement de cette 'démocratie féminine' où les femmes veulent travailler avec les hommes ». Le travail féminin était clairement encouragé par les magazines des années 1920 et 1930, les nouvelles technologies avaient tellement facilité les tâches ménagères que les femmes au foyer des classes sociales supérieures voulaient, elles aussi, participer à la force de travail. Dans sa parution d'Août 1930, le magazine britannique *My Home* publiait un article déclarant que « certains nouveaux produits pour la maison témoignent de l'incroyable progrès de notre culture, la routine des familles a tant changé que notre mode de vie est en pleine transformation ».

La majorité des publicités des années 1920 et 1930 soulignait et respectait la liberté de choix de leurs consommatrices, des femmes indépendantes et autonomes.

« Au moins les femmes sont libres pour faire *leur* propre choix quand elles font les courses pour la famille... Ici les femmes choisissent par elles-mêmes et s'entre-aident ». ²⁴⁷

Tandis que pendant l'après-guerre les publicités représentaient les femmes au foyer en pleine utilisation des produits, pendant les décennies précédentes les annonceurs utilisaient uniquement l'image des produits pour les vendre. La marque américaine de soupes *Campbell's* diffusait des annonces dans la presse du pays et également en Europe représentant un simple bol de soupe chaude, alors que dans les années 1950 leur principale publicité consistait en montrer l'image d'une femme au foyer bien habillée et bien coiffée en train de servir sa petite famille « parfaite ». Dans la parution d'Avril 1934 du magazine *Good*

²⁴⁷ Publicité pour le magasin *Piggy Wiggly* dans *Ladies' Home Journal* de Juin 1929.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Housekeeping la marque de véhicules *Oldsmobile* annonçait sa nouvelle voiture familiale à travers la représentation d'une jeune femme bien maquillée en train de conduire sa Sedan devant ses voisins admiratifs avec le texte : « Les femmes qui aiment un moteur puissant vont adorer ce sept places doté d'une grande élégance et très pratique ». A partir de la fin des années 1940 les publicités pour des véhicules avaient complètement disparues de la presse féminine américaine et britannique, même si la voiture occupait une place très importante dans la vie des familles –surtout des mères des familles nombreuses.

Michael Kammen analyse l'importance des publicités pour la compréhension de la culture de l'époque :

« Les publicités sont plus utiles et précieuses pour les historiens d'aujourd'hui que les contenus éditoriaux des magazines. A travers ces annonces on peut reconstituer notre histoire sociologique, l'ascension et le déclin des tendances, des habitudes, des intérêts des lectrices, de la mode, de l'alimentation et de tout un mode de vie... ils sont plus révélateurs que beaucoup d'autres sources historiques. »²⁴⁸

En réalité, la presse féminine des années 1950 et 1960 était le point culminant des tendances qui avaient déjà commencé depuis des décennies, dont les débats autour de la place de la femme dans les sociétés américaine et britannique, de la famille et de leur importance pour les cultures des deux pays, ainsi que le rôle de la femme au foyer comme « responsable des achats de la maison».

Les années de guerre ont profondément changé les cultures américaine et britannique : l'entrée des femmes dans le monde du travail pendant que leurs maris étaient sur le front des batailles était un élément essentiel pour l'effort de guerre des deux pays. Même si au Royaume-Uni les ouvrières étaient déjà très nombreuses, c'est à partir de 1941- quand les Etats-Unis rentraient dans le conflit- que le rôle de la femme dans les usines a vraiment commencé à être représenté et abordé dans la presse féminine des deux pays. *Rosie the Riveter* était l'image la plus populaire de l'époque, la femme qui retroussait ses manches et

²⁴⁸ Kammen, M. (1999). *American Culture, American Tastes: Social Change and the Twentieth Century*. NY: Knopf. p. 198.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

qui était prête à participer à l'effort de guerre à travers son travail dans les usines était présente dans toutes les parutions des magazines féminins. Même si les ouvrières étaient souvent issues des classes sociales les plus démunies, aux Etats-Unis ainsi qu'au Royaume-Uni, la presse féminine s'emparait du phénomène pour glorifier à quel point les femmes-ouvrières ou femmes au foyer- étaient essentielles pour la réussite de la guerre. Dès 1942 les magazines féminins étaient inondés d'images de femmes qui travaillaient dans les usines, d'infirmières, de militaires, de femmes au foyer qui faisaient du bénévolat, qui aidaient leurs communautés, qui participaient au rationnement d'aliments et qui achetaient uniquement des produits locaux.

Néanmoins, ce qui différenciait vraiment la presse féminine des années 1920 et 1930 des parutions publiées pendant l'après-guerre était le développement du consumérisme de masse, élément très caractéristique des cultures américaine et britannique de l'époque. La société de consommation a changé les cultures et le mode de vie dans les deux pays, ainsi que les nouveaux produits ménagers, les aliments en conserve ou surgelés, la télévision et autres appareils électroniques. Des millions d'Américains et de Britanniques adoptaient un nouveau mode de vie, fondé sur la famille, la maison et le confort apporté par les nouvelles technologies.

Dans *Visions of Classlessness. Quest for Dominion*, son auteur Roland Marchand, souligne la chute du nombre d'ouvrages publiés en langues étrangères aux Etats-Unis pendant les années 1950, ainsi que la standardisation de la mode dans les grandes chaînes de magasins populaires- comme l'Américain *Sears* ou le Britannique *Selfridges*.

Selon Susan J. Douglas, spécialiste des médias anglophones des années 1950 :

« Je pense que le consumérisme s'est beaucoup développé grâce à l'apogée des médias- surtout de la presse féminine- et des nouvelles technologies qui ont changé le quotidien de la maison après la Seconde Guerre Mondiale. Les médias aussi étaient en pleine transformation, des nouvelles manières d'attirer et de captiver les consommatrices et les lectrices étaient en construction. La presse féminine, la télévision, la radio, le cinéma et les publicités avaient un seul objectif : augmenter de plus en plus leur public. »²⁴⁹

²⁴⁹ Douglas, S. J. (1994). *Where the Girls Are: Growing Up Female with the Mass Media*. Random House. NY: p.14.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Nancy Walker appuie sur l'importance de la presse féminine pour la construction d'une définition du rôle de la femme dans les sociétés américaine et britannique et pour le renforcement de l'image des classes sociales supérieures comme un modèle à suivre :

« Même si les magazines féminins avaient déjà contribué à l'élaboration et la diffusion de l'idéologie de la « femme parfaite » bien avant les années 1940, les besoins politiques et culturels pour un nouveau rôle féminin aux Etats-Unis ont atteint un niveau supérieur après la guerre. Une analyse du contenu des parutions publiées pendant les années 1940 et 1950 démontre une forte augmentation des sujets dits « domestiques » et des rubriques sur comment améliorer et faciliter la vie à la maison »²⁵⁰

L'importance de la presse féminine dans le quotidien des femmes n'était pas la même qu'aujourd'hui, les magazines de l'époque façonnaient de manière efficace la mentalité et l'opinion des lectrices. Les magazines féminins étaient des publications qui comptaient le plus grand nombre d'abonnés, que ce soit aux Etats-Unis ou en Royaume-Uni. En 1950 le magazine américain *Ladies' Home Journal* était le mensuel le plus publié au monde et, de la même manière, tout au long de la décennie les principales publications féminines des deux pays –les magazines américains *Good Housekeeping*, *McCalls* et *Ladies' Home Journal*, ainsi que les magazines britanniques *Housewife*, *Women's Day* et *My Home*- comptaient de plus en plus des lectrices : de deux millions à huit millions par magazine à la fin des années 1950.²⁵¹

Cependant, une question semble essentielle : Pourquoi les magazines féminins étaient-ils aussi importants et aussi présents dans la vie des femmes au foyer ? Selon S. Douglas la réponse peut être attribuée à plusieurs éléments : le premier était la « professionnalisation » des tâches ménagères, plus les produits et les appareils mis à la disposition des femmes au foyer étaient complexes et efficaces, plus elles avaient besoin d'aide pour comprendre et optimiser leur utilisation ; le deuxième facteur était la profusion de produits qui étaient censés « faciliter » le travail à la maison, mais qui en réalité avaient l'effet inverse. Si le réfrigérateur, le four, l'aspirateur ou encore la machine à laver devaient diviser le temps des tâches ménagères par deux, alors, les femmes avaient beaucoup plus de temps libre et, par conséquent, elles pouvaient accomplir de plus en plus des tâches à la maison. La troisième

²⁵⁰ Op.cit. 208. p.31.

²⁵¹ Op. cit 244. p. 3.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

explication était la diminution des transmissions des « savoirs et savoir-faire » entre mères et filles, la transmission des valeurs entre les générations était de moins en moins présente parmi les familles.

« On veut toutes une seule chose de nos magazines : de l'inspiration ! Quelque chose qui fasse nos vies meilleures et plus belles ! »²⁵²

« Les femmes [selon la mentalité de l'époque] étaient, au pire incompétentes, au mieux inconscientes, avaient toujours le 'besoin' ou 'l'envie' d'être guidées, orientées et accompagnées dans leur compréhension de la 'vrai féminité' »²⁵³

Dans le magazine *Good Housekeeping Treasury*, l'auteur, Donald Elder, affirme que beaucoup de lectrices des magazines féminins avaient leur premier contact avec ces publications pendant leur enfance. Les maisons recevaient plusieurs parutions des différents magazines toutes les semaines ou tous les mois, les enfants- spécialement les petites et jeunes filles- avaient libre accès à la presse féminine car elle contenait des pages dédiées à tous les âges: des dessins à colorier ou des poupées de papier à découper. *McCalls's*, par exemple, éditait dans chaque parution la poupée 'Betsy McCall', prête à être découpée et habillée avec diverses tenues également publiées ; ou encore, une rubrique dans *Ladies's Home Journal* qui était destinée à répondre aux questions envoyées par de jeunes lectrices.

« Tout un univers fascinant de fiction, d'illustrations, de coloriages, de poupées, de mannequins, de publicités avec des photos de belles maisons et d'aliments très appétissants était disponible à tous à travers les publications. »²⁵⁴

D'une certaine manière les magazines féminins représentaient la nostalgie du passé, avec ses valeurs traditionnelles et rassurantes, mais aussi l'avenir, à travers des articles et des annonces sur « comment avoir une meilleure vie et atteindre le bonheur ». La perception de la maison comme un endroit « sacré » a toujours été l'un des piliers des sociétés américaine et britannique, mais c'est à partir des années 1950 que l'image de la « famille parfaite » a

²⁵² Lettre d'une lectrice. *Women's Day*. April 1951.

²⁵³ Op.cit. 246. p. 93.

²⁵⁴ Elder, D. (1960). *Good Housekeeping Treasury*. NY : Simon & Schuster. p.106.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

commencé à être diffusée et utilisée à des fins politiques. L'univers de la femme était limité à la maison, à la famille, à leur apparence, aux enfants et aux désirs de l'homme ; la presse féminine était tout simplement le moyen le plus efficace de restreindre de plus en plus leur monde.

Le magazine britannique *My Home* publiait en Janvier 1955 un article intitulé « Comment être une femme », où le journaliste affirmait qu'« être une femme est votre 'carrière' et vous ne pouvez pas en échapper. Il n'y a pas d'autres professions qui vous offre autant de possibilités et d'accomplissements que d'être femme au foyer... Quel autre endroit vous donne l'option de transformer quelques ingrédients en un délicieux repas familial, un espace vide et froid en une maison confortable et chaleureuse ? De voir un homme fatigué et irrité se changer en 'roi de la maison' ? » L'idéologie de la *perfect housewife* était renforcée par toutes les manières possibles, même les plus étonnantes.

Déjà en 1939, les historiens Américains Charles A. Beard et Mary Ritter Beard critiquaient le contenu « peu intellectuel » des magazines féminins. Selon eux, les éditeurs –majoritairement des hommes- profitaient de la naïveté de leurs lectrices :

« Dirigés presque qu'exclusivement par des hommes, les magazines féminins sont avant tout des entreprises commerciales. Ces publications représentent la femme idéalisée par l'homme et le fait que chaque parution soit vendue à des millions d'exemplaires prouve que les femmes ont « accepté » et « incarné » les idées reçues sur elles-mêmes. Mois après mois, les magazines guident les lectrices sur comment cuisiner, comment s'habiller, comment éduquer...comment « être une femme ». »²⁵⁵

Dans la même perspective, David L. Cohn confirme :

« L'analyse d'un bon nombre de ces publications me convainc que ses éditeurs ont une vision très réductrice et péjorative de l'intelligence de leurs lectrices. »²⁵⁶

²⁵⁵ Beard A. C., Beard, M. R. (1939). *America in Midpassage*. MacMillan Company, NY : p. 741.

²⁵⁶ Cohn, D. L. (1943). *Love in America : An Informal Study of Manners and Morals in American Marriage*. NY : Simon and Schuster. p.183.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En contrepartie, la presse féminine des années 1950 et 1960 n'a jamais vraiment réclamé un rôle dans les débats politiques et sociaux des Etats-Unis et du Royaume-Uni. Quand les éditeurs des principaux magazines s'exprimaient, leur conviction sur le rôle de la presse était toujours très clair. Dans son autobiographie, Herbert R. Mayes, directeur de la rédaction de *Good Housekeeping* et de *McCall's* de 1939 à 1969 affirme :

« Il ne m'est jamais venu à l'esprit que nos conseils sur la cuisine, la mode ou sur la famille étaient moins importants que les débats sur la religion ou la politique. Les magazines sont avant tout des entreprises multimillionnaires...on n'essaye pas de transformer la société. »²⁵⁷

Gertude Lane, éditeur en chef du magazine américain *Woman's Home Companion* de 1919 à 1941, était aussi directe que Mayes sur les objectifs de son magazine :

« Notre lectrice veut moins de tâches ménagères pour avoir plus de temps libre. Elle est intelligente et lucide. Je dois toujours lui dire la vérité. Elle est très occupée, je ne dois pas lui faire perdre du temps. Elle est toujours à la recherche de nouvelles idées. Je dois lui offrir le meilleur ! »²⁵⁸

En tout cas, une chose est certaine : la principale intention des magazines féminins de l'époque était d'être des guides sur tous les aspects de la vie de la femme au foyer, de la cuisine à la couture, de la mode à la décoration, du mariage à la maternité, de l'organisation de fêtes à l'achat d'électroménagers pour la maison. Si les pages de publicités montraient aux lectrices quels produits acheter, les articles sur le quotidien et la vie de famille indiquaient comment et quand utiliser ces produits, de cette manière, le contenu éditorial était aussi commercial et incitateur à la consommation.

Ces articles avaient des titres pas toujours très captivants ou intéressants : « Glissez dans la soie », « Une leçon de mode », « Cousez vous-même », « Comment réussir un bon repas de Noël ? », « Etes-vous trop cultivée pour être mère ? », « Les erreurs de beauté à ne pas

²⁵⁷ Mayes, R. (1980). *The Magazine Maze : A Prejudiced Perspective*. NY: Garden City. p.91.

²⁵⁸ Tebbel, J., Zuckermann, M. E. (1991). *The Magazine in America, 1741-1990*. NY: Oxford University Press. p.99.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

commettre ! », « Avez-vous peur d'accoucher ? », « Êtes-vous prête à être une femme au foyer heureuse ? » et, le plus révélateur, « Comment poursuivre un mariage sans amour ? ».

C'était l'ère des conseils, des « experts », des « spécialistes », des psychologues, et thérapeutes, les recommandations des médecins, des pédiatres, des sociologues et autres professionnels étaient l'une des rubriques les plus lues dans les magazines. Pour la femme au foyer Américaine et Britannique de l'après-guerre il était primordial, voir obligatoire, de suivre les conseils donnés par les articles de leurs magazines préférés, leurs choix et attitudes étaient en constante comparaison avec ceux indiqués par les « spécialistes ». Ces conseils étaient de plus en plus variés, de comment choisir la meilleure recette de rôti à comment réagir face à un mari violent ; les articles, les publicités et les recommandations des professionnels de la santé se mélangeaient constamment : les pédiatres conseillaient les céréales *Ralston* pour un petit-déjeuner équilibré, de l'*Ovaltine* pour augmenter l'appétit des enfants trop maigres, ou encore, les nutritionnistes indiquaient la sauce *Wesson* pour des salades plus savoureuses et complètes.

Les lectrices n'étaient pas considérées comme de « simples consommatrices », mais comme les responsables des achats du foyer et du budget familial, elles devaient être « respectées », « valorisées », et surtout, « captivées ». Les magazines ne se contentaient pas uniquement d'annoncer les nouveaux produits dans leurs parutions, mais également d'instruire les femmes sur l'utilisation de ces nouveautés. L'américain *Good Housekeeping* était l'exemple parfait d'une publication qui combinait à la perfection contenus éditoriaux et publicités. Créée en 1885, sa devise était « Une publication familiale qui défend les intérêts du foyer » et les rubriques étaient presque toutes des lettres de lectrices qui donnaient leur avis sur les produits annoncés dans les précédentes parutions. Dès 1900 et l'achat du magazine par les publications *Phelps Company*, *Good Housekeeping* garantissait un service « après-vente » aux lectrices et assurait le remboursement si un produit annoncé n'était pas conforme à la publicité. En 1911 l'Institut *Good Housekeeping* ouvrait ses portes et s'engageait à tester et approuver des milliers de nouveaux produits avant de les annoncer et d'apprendre aux femmes comment les utiliser.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Au-delà de captiver ses lectrices, les magazines féminins étaient, avant tout, des entreprises et, comme telles, les intérêts et la satisfaction des clients étaient essentiels. Ces clients tant choyés n'étaient pas les femmes qui achetaient les parutions mois après mois, mais les annonceurs, les publicitaires et les industriels qui représentaient des sommes d'argent astronomiques. Bruce Gould, éditeur en chef de *Ladies' Home Journal*, rappelait les normes très strictes pour l'élaboration d'une page publicitaire :

« Ils [les annonceurs] craignaient plein de choses : la nudité, même celle de bébés, des mots qui pourraient choquer et causer des problèmes de santé graves, comme l'avortement par exemple. Les mots 'contraception', 'coït', ou 'accouchement' étaient à bannir complètement. Une simple allusion à une maladie quelconque serait catastrophique ! »²⁵⁹

C'était l'une des raisons pour lesquelles les magazines ne traitaient pas les sujets les plus polémiques avant que les sociétés américaine et britannique ne soient bien familiarisées avec ces débats. Politique, guerre froide, religion, communisme, Deuxième Guerre Mondiale étaient présents dans les publications mais toujours après un sondage pour savoir si les lectrices étaient prêtes à en parler. La majorité des magazines, tant aux Etats-Unis qu'au Royaume-Uni, diffusaient souvent des enquêtes pour avoir l'avis des lectrices sur les sujets d'actualité ou pour connaître quels étaient leurs envies et intérêts.

Néanmoins, il reste très difficile de savoir à quel point les magazines féminins correspondaient aux réels besoins et envies des lectrices, mais le nombre toujours grandissant de souscripteurs (au moins de 1945 à 1960) laisse à croire que les articles et les éditoriaux sur la mode, la cuisine, la vie de famille, les rubriques « conseils » et les publicités correspondaient à ce que les femmes au foyer attendaient de leurs magazines préférés.

Stephanie Coontz²⁶⁰ et Elaine Tyler May²⁶¹ affirment que la construction d'une image idéalisée et utopique de la vie de famille était un nouveau élément développé et magnifié par l'*American Way of Life*. L'idée de « l'être ensemble » était la meilleure réponse au

²⁵⁹ Steinem, G. (1994). *Sex, Lies and Advertising*. NY : Simon and Schuster. p.168.

²⁶⁰ Coontz, S. (1992). *The Way We Never Were: American Families and the Nostalgia Trap*. NY: Basic Books.p.27.

²⁶¹ May, E. T. (1999). *Homeward Bound: American Families in the Cold War Era*. NY: Basic Books. p.11.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

communisme. Un débat international attachait la famille à la démocratie et l'image de la *perfect housewife* était une arme inégalable face à la menace communiste. Dans une conférence de la Maison Blanche en 1940, le président Franklin Roosevelt déclarait :

« La famille est la base, la quintessence de la démocratie...l'école pour une vie démocratique. La femme au foyer, le « professeur » dans cette école, a une responsabilité très lourde à porter. Si elle est trop affectueuse avec ses fils, elle peut être une menace à leur masculinité ; mais si elle ne les donne pas assez d'amour, ils peuvent devenir des délinquants. Pour savoir comment élever ses enfants de manière équilibrée et 'normale', la femme au foyer a besoin de l'aide des experts publiés par la presse féminine. »²⁶²

2.3.3.1. Les sujets les plus abordés : Le mariage et la famille

A cette époque les magazines féminins américains et britanniques considéraient le mariage comme la « normalité », et même comme une « obligation » à partir d'un certain âge, le mariage toujours vu comme un sujet compliqué et sensible qui devait être analysé et discuté à chaque parution. D'après Marjorie Ferguson²⁶³, cinquante-neuf pour cent des contenus éditoriaux des principales publications féminines du Royaume-Uni entre 1949 et 1974 (*Housewife*, *Women's Day* et *My Home*) étaient des conseils et des articles sur le mariage et sur les difficultés de la vie de famille. Le message que l'amour était une nécessité et la principale raison pour le mariage avait été bien diffusé pendant les années 1950 et 1960 dans les cultures américaine et britannique. Il était la clé pour l'entrée dans le monde de la « vraie féminité ».

Aux Etats-Unis deux magazines étaient particulièrement réputés pour leur intense survalorisation du mariage : *Ladies' Home Journal* et *Good Housekeeping*. La première publication a maintenu la section « Comment réussir son mariage » de 1947 jusqu'à 1963 et la deuxième revue publiait toujours un éditorial intitulé « Ce mariage peut-il être sauvé ? ».

²⁶² Michel, Sonya. 1987. « American Women and the Discourse of the Democratic Family in WW II ». *Behind the Lines : Gender and the Two World Wars*. Yale University Press, New Haven. P.155.

²⁶³ Ferguson, Marjorie. 1983. *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Heinemann, London. P. 44.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

L'anxiété des femmes, mariées ou non, augmentait de plus en plus avec ces articles, il en était de même avec les innombrables articles sur le divorce et les ravages de celui-ci parmi les familles.

Parmi les sujets les plus traités dans la presse féminine, on trouvait également en priorité la famille et les enfants. Des articles, des éditoriaux, des conseils et des « spécialistes » étaient toujours présents dans les parutions, ils étaient prêts à « aider » les mères à mieux s'occuper de leurs familles.

« Les mères Américaines, sont-elles dangereuses ? »

Ladies' Home Journal, Etats-Unis, Novembre 1945

Les mères américaines sont tellement habituées à être exaltées, que dire qu'elles peuvent représenter une menace pour leurs enfants est une offense à leur existence.

Edward A. Strecker, professeur à l'Université de Pennsylvania et psychiatre de l'armée, affirme que la cause de la majeure partie des problèmes psychologiques de nos soldats sont leurs mères, des mères trop affectueuses ou trop absentes. Les traumatismes de guerre ne sont pas à confondre avec les troubles des « fils à maman », ces mères-là sont douces, attentives et ont sacrifié leur vie personnelle pour leurs enfants, ou sont dures, strictes et dominatrices. Ces deux types de mères sont dangereux pour l'ego de l'enfant, ils ne sont pas préparés aux frustrations et aux dangers de la vie.

Si vous voulez que votre garçon grandisse normalement, il y a des choses à ne pas faire :

- Ne lui donnez pas le sein ou le biberon plus longtemps que le strict nécessaire
- Ne le laissez pas dormir avec vous après l'âge de cinq ans
- Ne le traitez pas comme un amoureux, évitez de lui faire trop de câlins et de bisous (spécialement sur la bouche)

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

- Ne l'habituez pas à prendre les décisions pour vous
- Faite en sorte qu'il ait toujours au moins une figure paternelle dans sa vie (son père biologique ou non)
- Ne comparez pas ses réussites ou ses échecs avec les vôtres, il n'est pas vous
- Ne vous plaignez pas qu'il ne vous donne pas assez d'attention ou d'amour
- Ne lui montrez pas que vous êtes jalouse de ses petites-amies
- Ne lui montrez pas qu'il est votre enfant préféré
- Si vous êtes seule, ne lui faites pas ressentir qu'il est un homme « substitut » ou qu'il sera ingrat quand il se mariera

La meilleure façon de ne pas devenir une « mère écrasante » est de suivre ces dix commandements et n'oubliez jamais : les garçons seront toujours des garçons !

« C'est la femme qui fait le foyer ! »

My Home, Royaume-Uni, Avril 1957

La femme est la personne la plus importante dans une maison ! Le mari peut être plus fort ou plus malin, il peut être un grand homme d'affaires, un génie, ou une personnalité publique. Sa femme peut traditionnellement paraître inférieure à lui, mais s'il y a un endroit où elle est capable de le dépasser c'est bien la maison...

« Qu'est-ce qu'un foyer sans une mère ? » interrogeait une affiche de l'époque victorienne. Une famille n'est heureuse qu'avec une mère aimante, qui protège et s'occupe de ses enfants.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Comment avoir un mariage réussi ? »

McCall's, Etats-Unis, Janvier 1948

Pour avoir un mariage heureux, solide et durable il est nécessaire de posséder un équilibre psychologique. La première étape pour cela consiste à assumer ses nécessités de manière honnête et de faire des efforts pour en répondre.

Nos nécessités physiques sont faciles à comprendre : l'air, l'eau, l'aliment, le sexe. Mais les nécessités mentales sont aussi très importantes, cependant, elles sont plus difficiles à cerner. Quand elles ne sont pas écoutées, cela peut entraîner le mal être, la dépression, la souffrance, ou même, le suicide (...)

Etablissez une liste de vos nécessités, celles de votre époux, et ensuite, essayez de comprendre comment votre couple répondra à ces nécessités.

Peut-être que votre mariage est plus réussi que vous ne le pensez. Analysez bien ces questions pour le savoir, répondez OUI ou NON :

1. Quelque chose vous agasse particulièrement dans votre mariage ?
2. Parfois, vous regrettez d'être mariée ?
3. Changeriez-vous quelque chose chez votre conjoint ?
4. Votre mari vous a déjà parlé de divorce ?
5. Vous vous disputez à cause de l'argent ?
6. Vous aimez-vous de la même manière ?
7. Etes-vous jalouse ? Et votre époux ?
8. Avez-vous une vie sexuelle équilibrée ?
9. Etes-vous d'accord sur la façon d'élever vos enfants ?
10. Passez-vous du temps ensemble ?
11. Pouvez-vous parler de vos sentiments librement entre vous ?
12. Etes-vous indépendante financièrement ?
13. Vous êtes-vous mariée uniquement par amour ?
14. Croyez-vous à votre couple ?

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Quatorze réponses positives prouvent que votre mariage est réussi, entre onze et treize montrent que votre couple a quelques difficultés, mais que vous êtes bien ensemble. Si vous avez moins de dix réponses positives, analysez vos réponses avec votre mari et essayez de trouver des solutions à vos problèmes.

« Six réponses à la question qui fâche »

Housewife, Juillet 1960

Il n'y a pas un seul endroit où les femmes célibataires n'entendent pas la même question : Pourquoi n'es-tu pas mariée ? Aux fêtes de quartiers, à l'école, aux barbecues, et même au bureau, les célibataires peuvent toujours compter sur quelqu'un de maladroit et de grossier. Vous vous connaissez à peine, et la personne veut déjà savoir votre âge, votre statut civil et vos projets pour l'avenir. Par contre, certaines personnes peuvent poser cette question, c'est le devoir de mères, grand-mères, ou encore, tantes. Répondez calmement et souriez, demandez-leur à quel âge elles se sont mariées et adaptez votre réponse à leur statut dans votre famille.

Mais, aux curieux, à ceux qui vous jugent ou qui se moquent de vous, voici six manières de répondre à la question qui fâche :

1. Si la personne est une femme mariée et que vous sentez un ton moqueur dans sa voix, dites-lui que vous n'êtes pas encore prête à perdre votre beauté.
2. Si c'est une femme mariée, que vous ne connaissez pas et qui est jalouse, dites-lui que pour le moment vous ne voulez rien de sérieux et que vous préférez vous amuser. Elle va être encore plus jalouse !
3. Si vous sentez que la personne cherche à avoir des ragots sur vous, jouez-en et faites-vous passer pour la victime, traumatisée par une rupture douloureuse. Elle va se précipiter vers ses amies et vous allez vous amuser !

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

4. Une bonne amie à moi adore la réponse « qui dure très longtemps » et qui ennuiera la personne pendant toute la soirée
5. Si vous voulez provoquer les hommes présents, dites que vous n'avez pas encore trouvé quelqu'un qui vous satisfait. Ils vont être très curieux et elles vont vous détester !
6. Pour les plus audacieuses, ne laissez pas la personne finir sa question et renversez votre verre sur elle. Elle partira en courant !

Essayez ces six réponses et vous allez voir, personne ne vous posera plus de questions ! C'est garanti !

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Successful Marriages
start in the kitchen!



Now the new mistress of the house can go right ahead with some of those girlhood dreams —planning lovely meals for her man, preparing all sorts of interesting little dishes and safe in the knowledge that Pyrex is going to make failure-free cooking easy.

The not-so-glamorous tasks of the kitchen become fun, too, with Pyrex. Just one dish for cooking, serving and storing, and when it comes to washing up, the suds banish grease from Pyrex in the twinkling of an eye!

EVERY LEADING "HOME PYREX" PRODUCT IS GUARANTEED AGAINST CRACKS AND BREAKAGE

**AGEE
PYREX**

Now available from all leading stores

MARKETED BY CROWN CRYSTAL GLASS PTY. LTD.

264

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

2.3.3.2. La maison

Dans sa parution d'Avril 1948, *Ladie's Home Journal* signalait que quatre-vingt-quatorze pour cent des foyers américains avaient de l'électricité, que quatre-vingt-quinze pour cent des femmes effectuaient les tâches ménagères elles-mêmes, que cinquante-sept pour cent des maisons avaient un lave-linge et qu'environ un million de familles avaient une télévision.²⁶⁵. Dans la même année, selon Marjorie Ferguson²⁶⁶, seulement un quart des maisons britanniques avaient de l'électricité, trente-trois pour cent possédaient un lave-linge, un peu plus de quatorze milles avaient un téléviseur et que, comme aux Etats-Unis, plus de quatre-vingt-quinze pour cent des femmes au foyer s'occupaient seules de l'entretien de la maison.

Dans un sens, la « prophétie » de l'américain *Good Housekeeping* de Janvier 1912 se concrétisait : la femme devenait une « ingénierie domestique » assistée par des appareils électroniques qui facilitaient sa vie. Dans cette parution, la publication prédisait que les femmes au foyer allaient pouvoir se dédier à leurs activités préférées puisque le travail à la maison allait être beaucoup plus facile et rapide. En effet, les avancées technologiques et les nouveaux produits des années 1950 ont complètement modifié le quotidien des femmes américaines et britanniques, mais en même temps, ont également augmenté l'exigence de la société vis-à-vis de ce qui devait être fait à la maison et, surtout, comment. Plus les femmes au foyer nettoyaient, plus elles devaient en faire et plus elles étaient dépassées.

Les magazines féminins avaient, dans les deux pays, un rôle très important dans la construction de cette idéalisation de la « maison parfaite ». Et pour réussir à avoir la « maison parfaite » les lectrices avaient besoin de leurs publications pour choisir et savoir comment se servir de tous ces nouveaux produits indispensables à la « bonne femme au foyer ».

La presse féminine américaine et britannique publiait des articles intitulés : « Un délicieux repas plus rapidement », « Libérez-vous de la corvée du linge », « Une maison plus propre en deux temps trois mouvements ». S'occuper de sa maison était une « profession ».

²⁶⁵Op.cit. 246. p.145.

²⁶⁶Op. cit 263. p.223.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Commencer à partir de zéro »

Ladie's Home Journal, Etats-Unis, Avril 1946

Une jeune mariée qui ne sait pas cuisiner ou faire le ménage seule dans une grande maison peut vite se trouver perdue ! C'est exactement ce qui s'est passé avec Ginger quand elle et son mari ont emménagé dans leur nouvelle maison. Mais grâce à son intelligence et son sens de l'organisation, l'aventure s'est bien terminée.

Elle a fini par apprendre à cuisiner et à faire le ménage, mais aussi à coudre, à laver et à repasser. Parce qu'elle est perspicace, désormais Ginger adore s'occuper de sa maison.

Planifier

Ginger organise les tâches à la maison de manière à ce qu'elle ait du temps libre dans l'après-midi et avant que son mari rentre de travail. Les lundis elle change les draps, les mercredis elle fait le linge et les vendredis elle lave les sols et prépare les activités du weekend. La maison doit être impeccable tous les jours.

Anticiper

Ginger anticipe le menu de la semaine les dimanches et demande à son mari, Ted, ce qu'il voudrait manger dans les jours suivants. Elle regarde ses recettes et sélectionne celles qu'elle essayera. Ted arrive à la maison vers 17h30, donc elle commence à cuisiner une heure auparavant. Une fois la table prête, Ginger finalise son repas et attend le retour de son mari devant la maison.

Amusez-vous

Comme toute femme au foyer organisée, Ginger aime prendre du temps pour elle : aller jouer au golf, lire un magazine, faire du shopping, prendre le thé avec les autres femmes du quartier. N'oubliez pas de vous réserver quelques heures de repos par jour, sinon, vous allez être fatiguée et votre mari ne va pas être charmé par votre présence.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Les mixers électriques, un droit de toutes ! »

Women's Day, Rauyaume-Uni, Janvier 1950

Dans toutes les cuisines modernes il y a un mixer électrique qui facilite le quotidien de la femme au foyer. On est désormais tellement habitué à posséder des appareils pour tout faire, qu'on se demande pourquoi une femme pourrait vouloir continuer à utiliser la force de ses bras. Quand interrogées, la majorité de nos lectrices disent utiliser les mixers pour tout faire mais il y a encore quelques femmes qui ne sont toujours pas convaincues par ce nouveau produit.

Voici leurs raisons :

1. *C'est trop compliqué à monter* : Inévitablement quand une femme dit cela on retrouve son mixer bien rangé au fond d'un placard. Est-ce votre cas ? Nous vous invitons à installer votre appareil dans un endroit très accessible et visible dans votre cuisine, déjà monté avec ses accessoires et branché à une prise électrique. Vous n'aurez qu'à ajouter les ingrédients pour vos recettes.
2. *C'est plus facile de mélanger à la main* : Les femmes qui préfèrent encore la manière ancienne n'ont sûrement pas encore compris à quel point un mixer peut faciliter leur quotidien et leur faire gagner du temps ! Ce n'est pas uniquement pour faire des gâteaux, mais un outil multifonction qui vous offre des possibilités infinies !
3. *Je fais uniquement des gâteaux tout prêts* : Et c'est très bien, cela veut dire que vous êtes une femme moderne ! Mais pourquoi ne pas sublimer ces préparations avec votre mixer ? Vous pouvez choisir la vitesse de l'appareil et il sera comme fait à la main.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

FAIRY LIQUID

I HARDLY EVER BUY IT!

TRUST FAIRY CLEANING POWER

TRUST FAIRY VALUE!

267

²⁶⁷ Publicité Fairy. Housewife. Mars 1949.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

2.3.3.3. Beauté et mode

Tandis-que pendant les décennies précédentes la presse féminine américaine et britannique soulignait l'élégance et l'innovation de la mode, à partir des années 1950 les magazines féminins mettaient l'accent sur les dernières tendances de la mode, de la coiffure et du maquillage. Ces publications visaient des articles et des éditoriaux qui donnaient aux lectrices les multiples manières d'avoir une image conforme à l'*American Way of Life* tout en ayant un budget restreint.

Etre belle était le « devoir » de la femme au foyer, un devoir qui nécessitait un grand engagement. Des articles intitulés « Comment avoir une bonne allure à tout instant ? », « Etre belle sans se ruiner », « Ayez les mêmes coiffures que les stars » fascinaient les lectrices et, en même temps, augmentaient de plus en plus leurs insécurités. Les pages dédiées à la beauté et à la mode étaient, sans doute, celles qui contenaient le plus de publicités : vêtements, chaussures, crèmes, bijoux, produits pour la chevelure, maquillage et beaucoup plus d'autres annonces étaient constamment présentes.

La course à la maigreur était déjà très répandue pendant l'après-guerre, beaucoup d'américaines et britanniques développaient des troubles alimentaires et d'anxiétés à propos de leurs corps. Les photos et les publicités publiées dans la presse féminine renforçaient cette image de perfection physique, les annonces pour de la lingerie sculptante étaient très nombreuses dans toutes les revues. En ce qui concerne l'apparence physique, les magazines féminins des années 1950 et 1960 avaient un pouvoir indiscutable.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »





268

²⁶⁸ Good Housekeeping, Avril 1948.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Can you look your most attractive at a moment's notice? The secret is to have a weekly beauty plan like the one we outline here. Thirty minutes or less a day is all the time it takes to keep you at your prettiest—and ready for holiday partying anytime your husband says the word.





Margaret Wilson Smith
LARRY SPENCER

BEAUTY SCHEDULE FOR BUSY YOUNG WIVES


monday

A facial helps you start the week with a bright outlook. First cleanse your face with cream, then apply a mask to your throat and face, being careful to keep it away from your eyes. This stimulates surface circulation and tightens pores. Remove the mask, following directions on package about time and method. You'll feel and look better.



tuesday

Because you're on your feet so much, treat yourself to a pedicure and foot exercise. Only way pedicure differs from a manicure is you file toenails straight across—never do overhangs and discourages ingrown nails. While your pedicure dries, spread and stretch your toes by picking up marbles. Or roll a small bottle back and forth with ball of each foot.




wednesday

Use a razor, depilatory, wax or electric to depilate your legs and underarms—remember this is a feminine must all the year round. And don't forget your eyebrows. Use tweezers to eliminate stray hairs and give a clean look—follow the natural outline of your eyebrows for most flattering results. To complete the job, apply a mild soothing antiseptic.


thursday

Moisture your hair—in, if it doesn't need washing every week, give your scalp a thorough relaxing massage. Do hair washing, brush your hair well. Then apply shampoo—work up a good lather and scrub your scalp with your fingertips as a brush. Rinse well, towel dry, apply massage ointly. It's a good time to wash your comb and brush too.



friday

Fit your weekly manicure into the day's schedule. This includes shaping your nails, pushing back the cuticle and applying polish—first a base coat, then two coats of colored polish topped with a sealer coat. Before starting, assemble all the items you will need. Use a flat working surface to speed up the job and achieve smoother and smoother results.



saturday and sunday

Keep the records of time well spent during the other five days of the week—and look up on any grooming details that you find require a little extra attention. Now you know that with only a few minutes warning you can step out looking and feeling your best. Above all, your husband will be more encouraged to suggest leisuretime plans.

THIS SCHEDULE BY BETTY COLEMAN
ILLUSTRATED BY MARGARET WILSON SMITH

THIS IS HOUSEWIFE
OCTOBER 1952

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Troisième Partie

**Les années 1960 : La crise d'identité de la femme et
la quête pour un nouveau
rôle dans la société**

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

3.1. De la crise individuelle à la conscience collective : les années 1960 et la recherche d'un nouveau modèle de femme.

« Facile à dire » disaient les femmes au foyer, « mais qu'est-ce que je peux faire, seule toute la journée avec des enfants qui crient et une grande maison à nettoyer, sans personne pour m'aider ? »²⁷⁰

C'était plus facile de vivre selon l'image de la « femme au foyer parfaite » que d'admettre que la réalité était bien différente de cette image idéalisée. Il était très compliqué de répondre à la question « Qui suis-je ? » sans mentionner « femme au foyer », « épouse », ou encore, « mère ».

Les femmes américaines et britanniques de la fin des années 1950 commençaient à comprendre ce qui avait transformé leur vie idéalisée en une utopie, elles pouvaient enfin commencer à chercher leurs propres réponses. Selon Friedan, une fois que les femmes au foyer comprenaient la complexité du « mythe féminin » et que ni leurs maris, ni leurs enfants, ni une nouvelle maison ne pouvaient les rendre heureuses, la quête pour soi-même serait beaucoup plus facile.

A travers les témoignages récoltés par B. Friedan, il est possible de voir que la compréhension du « problème de la femme au foyer » et la recherche du vrai « soi » étaient très spécifiques et différentes pour chaque femme.

« Depuis quelques temps, j'avais ce besoin. Un besoin de changer de quartier, de maison ou d'avoir un autre bébé. Pendant un certain temps on recevait des amis très souvent à la maison, mais cela a passé. Mon mari pense qu'être mère est le plus beau « travail » que je puisse avoir. Je pense que c'est encore plus important que d'avoir une carrière. J'adore mes enfants, mais je n'aime pas passer tout mon temps avec eux. Je ne suis plus de leur âge. Je pourrais faire le ménage durant toute la journée, mais les sols n'ont pas besoin d'être aspirés plus que deux fois par semaine. Ma mère balayait tous les jours, toute la journée. Moi, j'ai toujours voulu jouer du violon, mais quand j'étais jeune, les filles qui jouaient des instruments musicaux étaient considérées comme « différentes ». Tout d'un coup, j'avais ce besoin de reprendre le violon, c'était le moment parfait. J'avais honte, apprendre à jouer à la quarantaine, c'était fatigant et un

²⁷⁰ Friedan, B. (1997) [1963]. *The Feminine Mystique*. NY: W.W. Norton & Company. p. 463.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

peu douloureux, mais ça me faisait sentir entière. La vie devenait « plus réelle », je sentais que j'existais vraiment ! »²⁷¹

Il était difficile, douloureux et parfois très long pour chaque femme de trouver sa réponse. La première chose qu'elles avaient à faire c'était de dire non à cette image idéalisée qui caractérisait les années 1950. Néanmoins, cela ne signifiait pas abandonner leurs familles ou leurs maisons, elles n'avaient pas à choisir entre leurs enfants et leur envie de carrière.

Le premier pas vers la « nouvelle femme » était d'accepter que le ménage et la cuisine n'étaient pas une carrière. Quand elles comprendraient que le repassage ou la vaisselle étaient *juste* des tâches ménagères, elles seraient prêtes à renoncer au stéréotype de la femme au foyer. Le deuxième pas, et le plus difficile, était de réussir à voir le mariage comme il était réellement et non selon l'image idéalisée imposée par les cultures américaines et britanniques. Généralement, les femmes voyaient le mariage et la maternité comme les principaux accomplissements de leurs vies, mais quand elles comprenaient que la vie de famille ne pouvait pas leur donner une satisfaction totale, elles commenceraient à se sentir plus entières, plus vives et la vie à la maison deviendrait beaucoup plus agréable.

Une heure, une journée, un week-end loin de la maison et des enfants n'était pas la solution au « problème de la femme au foyer ». Cette « pause » recommandée par les thérapeutes contre la dépression des femmes était, en réalité, une nouvelle manière de les réduire à leur rôle domestique. Pour elles, cette « pause » était un moment de culpabilité et d'ennui, elles ne savaient pas quoi faire de leur temps libre, sans les maisons à nettoyer, les enfants à surveiller ou le mari à choyer, elles étaient perdues.

Une femme qui ne savait pas quoi faire de sa vie en dehors de la maison ne pouvait pas se retrouver pendant ces « pauses », elle devrait penser à elle-même comme une personne à part entière et non seulement comme « mère » et « femme au foyer ».

« Si vous toquez à n'importe quel porte de ce quartier, vous trouverez des femmes insatisfaites et dépressives. Elles seraient en train de boire, ou de discuter avec les voisines parce qu'elles

²⁷¹Ibid. p. 468.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

ne supportent pas de rester seules, ou en train de lire ou de nettoyer la maison. La société n'a pas encore trouvé une manière de mettre les envies et les compétences de femmes à l'utilité, sauf pour prendre soin des maisons et des enfants. Pendant cette décennie, les femmes au foyer se sont perdues d'elles-mêmes. La nouvelle génération accepte l'idéologie de la femme parfaite car elle pense que c'est la manière la plus facile et sûre de vivre. Mais c'est un mensonge. Une femme a besoin de trouver elle-même et ce que cela signifie. »²⁷²

Les femmes qui trouvaient un nouveau plan de vie pouvaient trouver un équilibre entre vie professionnelle et vie privée. Elles étaient ce que Betty Friedan appelait « mutations de l'image de la femme ». ²⁷³ Comme le temps était précieux pour ces femmes qui conciliaient maison et travail, elles sautaient les tâches longues et fastidieuses. Consciemment ou non, elles diffusaient une nouvelle image de la femme, de ce qu'elles pouvaient devenir. Ces femmes-là avaient eu leur premier enfant pendant leurs études et, si cela était la seule solution, elles travaillaient à temps partiel pour continuer à développer leur carrière. Elles ne se sentaient pas « chanceuses » d'être « femmes au foyer », elles participaient à la société de manière active, elles savaient que le mariage et la maternité étaient essentiels, mais pas toute leur vie.

Elles avaient surmonté la « crise de la femme au foyer ». Evidemment elles avaient des problèmes, mais pas les mêmes que ceux qu'affrontaient les femmes qui personnifiaient l'image de la « femme parfaite » : l'insatisfaction de leur maris, des soucis de garde pour les enfants, l'éternelle recherche pour une nourrice et, plus surprenant, l'hostilité des autres femmes. Il fallait une volonté énorme pour poursuivre leurs propres envies dans deux sociétés qui ne les soutenaient pas. Au contraire des femmes au foyer, les femmes qui avaient une carrière confrontaient leurs problèmes plus facilement, résistaient également à la pression culturelle plus facilement, ainsi qu'à l'idéalisation de la femme. Elles savaient qui elles étaient, vraiment.

Aucune femme qui commençait la recherche de son identité ne savait exactement comment cela allait se passer. Cette crise d'identité ne pouvait pas se résoudre d'une génération à l'autre. Dans les cultures très changeantes des Etats-Unis et du Royaume-Uni des années

²⁷²Op .cit. 270. p.472.

²⁷³ Op. cit 270. p.509.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

1950, il était nécessaire de bien consolider les changements dans le rôle des femmes. Seulement après un changement profond dans les cultures des deux pays, les femmes pouvaient penser à leur futur comme d'être indépendantes, ce qui ne se résumait pas à l'image de « femme au foyer parfaite ». Néanmoins, une femme ne pouvait pas changer une idéologie toute seule, un effort national était nécessaire et comme Friedan disait :

« Les transformations nécessaires pour l'égalité des sexes étaient, et le sont toujours, révolutionnaires. Il s'agissait d'une révolution dans les rôles des femmes et des hommes qui allait transformer toutes les institutions : l'éducation, le mariage, la famille, la religion, le monde du travail, ainsi que les mœurs. Désormais, je vois le mouvement pour l'égalité des sexes comme le premier pas d'une révolution beaucoup plus large et beaucoup plus complexe. »²⁷⁴

La fin des années 1950 marquait donc le début d'une nouvelle ère dans l'histoire des femmes, la lutte pour leurs droits prenait une forme essentiellement collective. Mais ce n'étaient pas des personnalités exceptionnelles qui expliquaient la montée du mouvement féministe ; il faut plutôt comprendre que les conséquences de la consommation de masse et de l'incroyable développement urbain qui caractérisait les Etats-Unis et le Royaume-Uni à cette période, ainsi que l'augmentation du pouvoir des médias dans un environnement idéologique de moins en moins fondé sur les principes religieux, allaient permettre une mise en commun plus rapide des nouvelles idées et favoriser les actions nécessaires pour les faire entendre.

Cette nouvelle vague de féminisme ancrerait ses revendications dans deux domaines à la fois, celui de la sphère privée et celui de la sphère publique. Elle se donnait pour but, d'une part, d'obtenir une égalité des droits pour la femme dans le domaine qui lui était traditionnellement réservé, la vie de famille à la maison et d'autre part, de lutter pour qu'elle accède au pouvoir politique et socio-économique qui lui était généralement refusé.

Les mouvements féministes américain et britannique comportaient bien des éléments des luttes du passé pour l'égalité des droits. Pourtant, ils étaient bien différents de leurs ancêtres grâce à un contexte social et culturel bien spécifique : la révolution technologique qui engendrait une société de consommation et un rapport au monde matériel inconnu des siècles

²⁷⁴ Op.cit 270. p. 519.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

passés, une révolution médiatique qui accélérât vertigineusement la circulation des idées et des comportements, ainsi qu'une révolution médicale qui permettait aux femmes de maîtriser leur fertilité. Dans cette perspective, le refus de la hiérarchie et des traditions se développait, l'accent était plutôt mis sur la spontanéité, les structures informelles et sur les revendications communes. Les féministes remettaient tout en cause : les idées « d'humanité », de « virilité » et de « fraternité » commençaient à résonner de façon très différente. Beaucoup de ces militantes commençaient à rêver d'un monde idéal où elles deviendraient toutes sœurs, un monde qui serait l'inverse du monde existant dominé par l'homme et où l'égalité entre les deux genres serait totale.

Cette remise en question des structures traditionnellement patriarcales les amènerait à repenser la famille comme lieu de domination masculine et capitaliste. D'après les féministes, l'accent devrait être mis sur de nouvelles formes organisationnelles, plus justes, fondées sur l'initiative individuelle, créées puis rejetées selon les besoins. Leurs principaux objectifs étaient de tisser des liens de solidarité, de donner à chacune le temps de la parole, de poursuivre une intégration permanente entre les militantes plus anciennes et les plus nouvelles.

Elles tentaient de comprendre, à l'aide des idées marxistes et socialistes, la perception que les femmes avaient de leur identité et cherchaient à répondre à plusieurs questions lancées par Simone de Beauvoir²⁷⁵ : « Comment pouvait-on être femme ? », « Comment se faisait l'éducation des filles ? », « Quelle était la source de la domination masculine sur la femme ? », « Comment combattre un oppresseur qui peut être en même temps objet d'amour et avec lequel la relation est programmée par le système ? ».

²⁷⁵ De Beauvoir, S. (1949). Paris : *Le Deuxième Sexe*. Gllimard.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

3.2. La relance des mouvements féministes

3.2.1. La révolution des féministes égalitaires

En réalité, comme tout mouvement social, le mouvement féministe est traversé par différents courants de pensée. Chacun à sa façon, ces courants cherchent à comprendre pourquoi et comment les femmes occupent une position subordonnée dans la société. Comment les décrire et les inventorier? Les idées étant des représentations humaines de la réalité sociale, l'opération qui consiste à tenter de les classer ne peut être qu'une tentative plus ou moins arbitraire d'interprétation de ces idées.

Cela dit, il est important de comprendre que malgré leurs ramifications nationales de fond plus spécifique, c'était essentiellement au tour de deux grandes tendances idéologiques que les féminismes américain et britannique se basaient et se différenciaient : l'égalitarisme aux Etats-Unis et le socialisme au Royaume-Uni.

D'un côté les « féministes socialistes », qui considéraient que les femmes étaient liées par une même biologie, de l'autre, les « féministes égalitaires », qui défendaient l'idée que les femmes étaient un groupe essentiellement soudé par des conditions de vie communes. Les militantes socialistes appelaient à une séparation totale des sexes, tandis que les militantes égalitaires soulignaient l'importance des structures économiques et politiques communes aux deux sexes. Les deux groupes néanmoins, n'envisageaient une « victoire » que par une révolution. Ces deux grandes tendances de la pensée féministe demeurent, encore aujourd'hui, des points de repère, comme un tronc commun à partir duquel l'évolution de la pensée féministe peut être comprise, car c'est beaucoup dans la compréhension des lacunes mêmes de cette classification et des critiques dont elle a été l'objet que les développements des théories actuelles ont pu voir le jour.

Le féminisme américain libéral égalitaire était en relation directe avec l'esprit de la Révolution française: avec sa philosophie, le libéralisme, et avec son incarnation économique, le capitalisme ; la liberté individuelle et l'égalité étaient deux de ses principaux axes de lutte. Les militantes libérales égalitaires ont donc réclamé pour les femmes, depuis plus d'un siècle,

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'égalité des droits avec les hommes : égalité de l'accès à l'éducation, égalité professionnelle et salariale, égalité juridique et politique. L'égalité complète permettrait aux femmes de participer pleinement à la société, sur un pied d'égalité avec les hommes.

Les féministes égalitaires ont donc réclamé pour les femmes l'égalité des droits avec les hommes : égalité de l'accès à l'éducation, égalité dans le champ du travail, en matière d'occupations et de salaires, égalité dans le champ des lois : des lois civiles (capacité juridique pleine et entière), des lois criminelles (rappel de toutes mesures discriminatoires) et égalité politique (comme par exemple le droit de vote). L'égalité complète permettrait aux femmes de participer pleinement à la société, sur un pied d'égalité avec les hommes. Ce courant s'est fondait sur la philosophie libérale, cela signifiait que ces militantes voyaient la société capitaliste comme perfectible, avec une grande capacité de réforme : elle serait simplement mal ajusté aux femmes.

Parallèlement, le féminisme britannique –plus socialiste que radical- niait à la fois la thèse libérale qui défendait l'idée que l'oppression des femmes résidait uniquement dans un manque de droits politiques ou civils, mais la thèse marxiste qui pensait que cette oppression résultait de la division de la société en classes. Pour ces militantes, et cela peut sembler une régression au conservatisme, les racines de l'oppression avaient aussi des raisons biologiques : la faiblesse liée au fait de porter des enfants rendrait les femmes dépendantes des hommes pour leur survie physique, car l'asservissement de la femme par l'homme constituerait la forme de base de l'oppression, antérieure à l'institution de la propriété privée et de la domination. Ce courant portait une égale attention au sexe -appelé « le patriarcat »- et aux classes sociales -appelé « le capitalisme »- dans leurs analyses de l'oppression des femmes. Les féministes socialistes tentaient ainsi de comprendre comment le patriarcat s'articulait au capitalisme et vice-versa.

Plus profond était néanmoins le débat sur les stratégies nécessaires pour la défense des droits des femmes et sur les relations entretenues avec le sexe masculin. Fallait-il privilégier la lutte pour l'égalité avec les hommes ou prendre en compte l'inégalité biologique entre les sexes ? Ou bien, fallait-il insister sur cette différence biologique pour corroborer la demande d'un statut à part pour les femmes dans les sociétés ?

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

D'un côté, les féministes britanniques radicales pour qui le patriarcat était « l'ennemi principal », défendaient leur stratégie visant à reconstruire entièrement le monde existant, langage, concepts, institutions, politiques, cultures, éducation, emplois. Elles préféraient des pratiques révolutionnaires, destinées à subvertir les valeurs et les modes de vie traditionnels. Beaucoup de lesbiennes qui s'étaient regroupées dans certains quartiers de Londres ou de New York cherchaient à maîtriser le monde technologique pour s'émanciper de la dépendance vis-à-vis des hommes et créer une « société parallèle ».

De l'autre côté, les féministes égalitaires qui représentaient le groupe le plus philosophique et le plus « intellectualisé », la plupart de leur militantes américaines avaient occupé des postes importants dans des associations locales, tandis que la majorité des militantes britanniques étaient des anciennes membres des partis politiques. Celles-ci avaient toutes un projet de société socialiste fondées sur leurs idées et pratiques féministes, elles estimaient que les revendications féministes ne pouvaient être obtenues que par une transformation radicale du système social. Selon elles, la lutte contre le patriarcat ne pouvait pas être dissociée de la lutte contre le système capitaliste qui voyait les femmes uniquement comme des « consommatrices ». Le féminisme libéral égalitaire est le courant modéré du féminisme. Le courant féministe égalitaire rejoignait donc la philosophie du libéralisme, cela signifierait que la société capitaliste serait perfectible, corrigible. Elle était simplement mal ajustée aux femmes. À preuve : à l'intérieur de ce système, les femmes étaient socialement, politiquement et économiquement discriminées et cela à cause des valeurs et des mentalités rétrogrades qui caractérisaient telles sociétés. Selon elles, le moyen le plus efficace pour enrayer la discrimination faite aux femmes résidait d'abord dans l'éducation non sexiste. Il s'agissait de socialiser autrement les femmes, en changeant les mentalités et ensuite, la société.

Pendant les années 1960, les « nouvelles féministes » ont repensé les actions et les engagements pris par leurs militantes pendant la décennie précédente. Pour la reconstruction d'un féminisme « véritablement » adapté à la réalité des femmes et des familles britanniques, elles voyaient le mouvement organisé pendant les années 1950 comme plus concentré sur le développement et l'acceptation du féminisme dans une société extrêmement traditionnelle, elles ne trouvaient pas de véritable légitimité dans les actions et les réflexions prises par les militantes de la décennie passée. En effet, pour les féministes britanniques il était très difficile

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

de trouver une connexion entre le « féminisme de l'après-guerre », fondé sur quelques actions individuelles des femmes qui n'acceptaient pas de reprendre leur rôle de « femme au foyer », et la « véritable lutte féministe » des années 1960 et 1970, fondée sur la conscience collective et les actions concrètes des différents groupes du mouvement.

En même temps, les premières années de cette nouvelle vague féministe au Royaume-Uni avaient été marquées par l'optimisme, souvent engendré par le mouvement hippie, par une forte influence du mouvement américain *Black Power* et par la libération sexuelle. Certaines jeunes militantes féministes découvraient le monde des luttes politiques pour la première fois car une large majorité d'entre elles étaient des étudiantes issues du milieu bourgeois et cette transgression les exaltait au plus haut point.

Malgré la reconstruction des organisations féministes britanniques après les années de guerre, leurs actions et leur influence restaient limitées et incomprises. Le « Six Point Group », le plus grand groupe féministe de l'époque, déclarait en 1946 :

« Cette année a été extrêmement difficile. Le travail que nous avons accompli reste très faible par rapport à tout ce que doit être fait...mais vu toutes les complications que nous avons dû affronter, il reste positif. »²⁷⁶

Les groupes féministes de l'après-guerre rencontraient des difficultés financières pour louer des locaux, payer leurs équipes ou pour entreprendre des manifestations, mais aussi des difficultés à recruter de nouveaux membres et militantes, leurs actions et engagements restaient très limités et superficiels. Pendant cette période, selon Barbara Caine²⁷⁷, les militantes britanniques croyaient que les « besoins » de la famille, des enfants et de la société devaient passer avant ceux de la femme, le « bien-être commun » prévalait sous les aspirations personnelles. De cette manière, les transformations sociales, économiques et culturelles entamées par le mouvement restaient toujours puériles et temporaires.

Les années 1960 ont marqué l'émergence des nouveaux groupes féministes au Royaume-Uni et avec eux de nouvelles actions ont vu le jour, ainsi que de plus en plus de manifestations, d'évènements et de débats.

²⁷⁶ Rapport Annuel de groupe Six Point. 1946.

²⁷⁷ Caine, B. (2004). *English Feminism, 1780-1980*. NY: Oxford University Press. p.236.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Pendant que les groupes féministes traditionnels continuaient à se focaliser uniquement sur les questions de l'égalité des droits et des salaires entre hommes et femmes, la nouvelle génération de féministes s'organisait autour des questions plus proches de la réalité des femmes, comme l'avortement, la liberté sexuelle, la contraception, les réformes dans le système éducatif ou encore, l'insertion dans le monde professionnel. Ces nouvelles militantes ont tout fait pour se différencier des anciennes féministes. »²⁷⁸

Les militantes britanniques se retrouvaient sur tous les fronts de lutte : dans les groupes de débat, dans les piquets de grève, dans les organisations féministes autonomes, dans la lutte contre les agressions sexuelles, ou encore, dans la lutte contre le nucléaire (très importante au Royaume-Uni). D'après Caine, leur projet féministe s'orientait également dans deux directions originales : la recherche sociologique et historique sur l'oppression des femmes et la formulation de stratégies communes pour les droits de la femme.

Un bon exemple de leurs actions était la création en 1973 du « Groupe Londonien de l'Histoire de la Femme », conçu à la fois comme une contribution aux études de genres par la mise au point des différentes recherches menées par un réseau international d'historiennes féministes, ou « comme un moyen de prendre confiance dans l'importance de l'approche et des méthodes féministes...de remettre en question les pratiques de la recherche universitaire. »²⁷⁹

Un autre exemple de l'action radicale des féministes britanniques était le projet ambitieux lancé au lendemain de l'élection de Margaret Thatcher en 1979 par trois militantes, Sheila Rowbotham, Hilary Wainwright et Lynne Segal, qui publiaient un manifeste adressé aux travaillistes. *Beyond the Fragments*²⁸⁰ proposait, à partir de l'expérience et des réflexions féministes, une nouvelle trajectoire pour la reconstruction du socialisme. Débattu d'abord au sein de certains groupes de militantes, ce manifeste a servi de point de départ pour de nombreuses réunions organisées par le Parti Travailleuse et par des syndicats. Cet ouvrage proposait une réflexion et une théorisation des pratiques du mouvement féministe, les femmes

²⁷⁸ Ibid. p.238.

²⁷⁹ David, A. (1978). The London Feminist Group. *History Workshop, A Journal of Socialist Historians*. Londres, p. 192.

²⁸⁰ Rowbotham, S., Segal, L., Wainwright, H. (1979). *Beyond the Fragments : Feminism and the Making of Socialism*. Londres : The Merlin Press Ltd.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

apporteraient une nouvelle vision au projet socialiste britannique, la seule vision, selon elles, qui permettrait de construire une société différente et véritablement égalitaire.

Les militantes égalitaires britanniques continuaient à militer pendant les années 1970, mais au fur et à mesure que leurs permanences fermaient, faute de subventions et à cause des conflits internes, elles retrouvaient le chemin d'organisations plus traditionnelles, comme le *Labour Party*.

Malgré des divergences internes entre les différents groupes, le mouvement féministe socialiste britannique avait créé un réseau important d'activités inspirées par la même idée : offrir aux femmes une société qui leur permettrait de s'exprimer plus librement que dans les institutions existantes.

L'évolution des mentalités dans les années 1960 allait rapidement faire évoluer la situation des femmes. Elles avaient acquis une certaine importance économique, et surtout sociale, dans la société britannique. Les militantes avaient déjà agi pendant plus d'un siècle et demi, mais elles continuaient à exiger le pouvoir de décider de leur destin biologique et de leur sexualité. En 1967 donc, un député libéral a déposé une nouvelle proposition de loi qui a été adoptée par 167 voix contre 83. Cette nouvelle loi défendait l'idée qu'il suffisait que deux médecins certifient que la poursuite d'une grossesse mettait la mère en danger physique ou mental. Dans ces conditions, les hôpitaux publics ou les cliniques privées étaient autorisés à pratiquer des avortements, vu qu'avant cette loi les avortements clandestins étaient estimés entre cent mille et trois cent mille par an.²⁸¹

La loi de 1967 prévoyait également que les *Local Health Authorities* organisent le planning familial, les conseils dépensés seraient gratuits et les moyens contraceptifs délivrés en fonction des revenus des patients.

Mais pourquoi une société aussi avancée et démocratique que la société britannique pouvait encore refuser à des individus le droit à disposer de leur corps, et surtout de risquer la vie d'un si grand nombre de citoyennes ?

²⁸¹Charlot, M. (1977). *Les femmes dans la société britannique*. Paris : Armand Colin, p.103.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« L'avortement serait la clé d'un nouveau monde pour les femmes... car (leur) corps (leur) appartiendrait. »²⁸²

A Londres, beaucoup de maisons d'édition ont été fondées dans les années 1970 afin de rééditer des ouvrages féministes : *Virago*, *Sheba Feminists Publishers*, *A Woman's Press* et *Only Woman Press*. Certaines de ces maisons n'ont pas duré longtemps, mais leurs publications étaient fondamentales pour le mouvement. En même temps, une multitude de centres de rencontres, de recherche et de documentation se développaient de plus en plus, la plupart de façon bénévole, comme le *Women's Research and Resource Centre*. Des librairies féministes s'ouvraient, ainsi que des cafés, des théâtres, des festivals, des cinémas et, principalement, des magazines féminins : *Spare Rib*, *Red Rag*, *Scarlet Woman*, *Women's Voice*, *Sapho* et *Wires*.

« Des femmes noires, juives, lesbiennes, jeunes, âgées, riches et moins riches commençaient à parler, à écrire et à organiser des événements autour de l'oppression sur les femmes. Elles parlaient de l'oppression faites par les hommes...mais aussi par d'autres femmes qui avaient le pouvoir et qui ne comprenaient pas leur situation. »²⁸³

La participation plus active des femmes dans la vie politique, ainsi que l'augmentation du nombre des femmes députés, faisait également partie des objectifs fixés par la majorité des associations féministes britanniques. Cette revendication, toutefois, signifiait des changements radicaux dans le système d'éducation du pays, mais aussi, et surtout, des changements d'attitude chez les jeunes filles, les parents et les enseignants.

Le second objectif des féministes britanniques était justement l'égalité des filles et des garçons en matière d'enseignement. Dans le cadre de l'éducation féminine, l'admission de plein droit des femmes à Oxford et à Cambridge était inscrite dans les programmes des associations féministes depuis longtemps, mais c'était surtout l'égalité dans l'enseignement secondaire dont il était question dans ces programmes. Les différentes associations féministes étaient unanimes dans la lutte contre la discrimination qui orientait les jeunes filles vers des options dites « féminines », comme la couture, la cuisine ou la littérature.

²⁸² Browne, S. (1935). *The Right to Abortion. Abortion*. Londres : Allen and Unwin. p. 129.

²⁸³ Segal, L. (1987). *Is the Future Female ?* Londres : Virago.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En plus de l'amélioration de l'enseignement traditionnel pour les jeunes filles, un autre objectif des associations était la formation individuelle des femmes. Il s'agissait d'une fonction éducative importante qui était, jusqu'à un certain point, reconnue par le Ministère de l'Education, qui subventionnait quelques activités dans ce domaine.

Leur but n'était pas de considérer l'éducation comme un facteur d'épanouissement individuel mais plutôt comme une manière de servir la cause de toutes les femmes. D'où la dimension collective de l'éducation des membres des associations féministes.

Le troisième objectif des féministes britanniques était l'égalité des hommes et des femmes dans le monde du travail et cela s'organisait à travers deux principaux aspects : la lutte contre la discrimination des employeurs à l'égard des femmes et la lutte pour l'égalité des salaires. Ces objectifs économiques préoccupaient les associations féministes britanniques depuis des décennies et, après l'acquisition du droit de vote en 1918, ils apparaissaient comme les plus urgents dans la lutte pour l'émancipation féminine.

Quelques étapes marquaient le chemin parcouru entre 1918 et les années 1960 et montraient combien l'évolution était lente, malgré l'activité des groupes féministes et leur lutte contre le conservatisme. En 1925, les examens d'entrée dans la fonction publique devenaient accessibles aux candidates. En 1946, la carrière diplomatique devenait accessible aux femmes. Malgré l'adoption par les Nations Unies, en 1952, du principe de l'égalité des hommes et des femmes dans tous les domaines, il a fallu attendre 1975 pour la première loi concernant le sujet.

La loi contre la discrimination de 1975 a été accueillie avec enthousiasme par les Britanniques, mais de nombreuses questions étaient encore à améliorer : retraite, taxation, congés maternité, nécessité de donner aux femmes des horaires adaptables, la garde des enfants et l'égalité des salaires.

Une autre question essentielle était celle des liens qui existaient entre les associations féministes et les partis politiques britanniques. Officiellement, toutes les associations étaient considérées comme apolitiques et indépendantes de toute préférence ou affinité politique. Cependant, il était évident que depuis 1918 les groupes féministes britanniques avaient des liens très marqués avec le parti travailliste, dont la vision socialiste et égalitaire correspondait aux objectifs du mouvement. Les contacts entre les féministes et les parlementaires se faisaient majoritairement à travers des députés travaillistes. A plusieurs reprises, le parti

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

travailleuse a pris position pour les objectifs des féministes et a formulé des projets d'amélioration de la situation de la femme dans leur vie privée et professionnelle. En 1972, le parti a reconnu officiellement la nécessité de faire cesser la discrimination envers les femmes et d'établir une certaine souplesse dans l'âge de la retraite, pour les femmes et les hommes. Mais une fois revenus au pouvoir en 1974, les travaillistes ont éprouvés certaines difficultés à faire passer la loi.

Néanmoins, la majorité des mesures législatives concernant la femme avaient été approuvées pendant un gouvernement travailliste : lois du *Welfare State*, loi sur le planning familial, loi sur l'avortement de 1967, loi sur le salaire égal de 1970 et la loi contre la discrimination sexuelle de 1975. Malgré ces actions, le parti travailliste restait cependant toujours très prudent, trop prudent aux yeux des militantes féministes : alléguant de difficultés financières à cause de la crise économique, les travaillistes repoussaient la mise en place de mesures telles que la loi sur le salaire égal et se cachaient derrière une apparente neutralité, souvent interprétée comme une tactique électorale.

Cette méfiance à l'égard des partis politiques était l'une des principales caractéristiques des groupes féministes britanniques des années 1960. Depuis leur formation, à cause de l'engagement de certains de leurs membres, ces groupes étaient en liaison étroite avec les partis d'extrême gauche, révolutionnaires, communistes, marxistes ou trotskystes. En effet, pour les militantes, cela était la meilleure manière d'obtenir la concrétisation des quatre objectifs fondamentaux définis à la conférence féministe d'Oxford en 1970 : égalité des salaires, égalité dans l'enseignement et le travail, liberté et gratuité en matière de contraception et d'avortement, instauration de crèches et d'écoles maternelles fonctionnant vingt-quatre heures sur vingt-quatre.

L'Etat britannique ne pouvait plus ignorer le pouvoir et l'influence du mouvement féministe dans le pays. Malgré toutes les nouvelles lois qui avaient été approuvées pendant les années 1970 (la loi pour l'égalité salariale de 1970, celle contre les violences conjugales de 1976 ou encore la loi pour la protection juridique et pour la prise en charge par l'Etat des femmes et des enfants battus approuvée en 1978), une grande majorité des militantes était déçue et délassée par le manque d'intérêt et d'engagement du gouvernement. En effet, pour la plupart des hommes qui formaient le gouvernement britannique, qu'il soit travailliste ou conservateur,

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

les questions féministes passaient après les « principales » préoccupations du pays et les militantes n'étaient que des femmes « inoccupées » qui cherchaient des solutions trop spécifiques pour un problème plutôt collectif.

« Pour tous ceux qui pensent que Marx, Lenin, Mao et encore, Ho, avaient raison et que les femmes n'ont rien à apporter à la société ...c'est sûr que notre mouvement ne doit pas avoir beaucoup de sens ! »²⁸⁴

Parallèlement aux Etats-Unis, après le rapport « La femme américaine » de 1963, l'*Equal Pay Act* (EPA) a été approuvé grâce aux actions du « Bureau de la femme ». L'EPA visait à abolir les différences salariales entre les hommes et les femmes.

« Aucun employeur soumis à l'EPA (section 206 de l'article 29 du code des Etats-Unis) ne peut discriminer, de n'importe quelle manière, ses employés selon leur genre... la performance de chacun dépend uniquement de ses compétences, ainsi que des conditions de travail et de sa rémunération. »²⁸⁵

Le principal objectif de la loi « EPA » était de populariser l'idée que les femmes et les hommes qui font le même travail devraient être payés de manière égale. Cependant, les vrais effets de la loi étaient moins concrets qu'espéré ; la discrimination sexuelle était toujours une réalité. Mais l'EPA a été très important pour la lutte féministe.

Clairement le mouvement lancé par les féministes a entamé une campagne d'éducation qui visait les jeunes femmes qui débutaient leur carrière professionnelle. Un an après l'adoption de cette loi, le Congrès américain a ajouté une clause au *Civil Right Act* de 1964, qui interdisait toute discrimination sexuelle, mais le nombre de plaintes pour des inégalités et des harcèlements n'arrêtait pas d'augmenter.

Comme réponse, Betty Friedan a créé la *National Organization for Women* (NOW) en 1966. Il s'agissait de la première organisation indépendante qui s'est auto-proclamée « féministe ». Les femmes qui ont créé NOW affirmaient que la seule solution à la crise d'identité des

²⁸⁴ Hanisch Carol, « The Personal is Political », art. cit., p.77.

²⁸⁵ http://en.wikipedia.org/wiki/Equal_Pay_Act_of_1963. Consulté le 2 Aout 2017.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

femmes au foyer était la participation au monde professionnel. Pour que les femmes aient leur propre identité et leur liberté, elles avaient besoin d'indépendance financière. Rompre les barrières qui les ont enfermées dans le stéréotype de la « femme parfaite » était le premier pas. Il fallait aussi changer les normes du monde du travail, ainsi que du mariage.

Selon NOW, seulement l'indépendance financière pourrait permettre aux femmes de se marier uniquement par amour, de quitter un mariage sans sentiment ou de planifier leur vie en toute liberté. Elles devraient avoir l'éducation, les compétences et les opportunités pour pouvoir être actives dans les sociétés américaine et britannique. Les cultures des deux pays devraient transformer leur vision sur la pilule, l'avortement, le congé maternité et sur la garde des enfants pour soutenir et faciliter l'accès des femmes au travail.

Pour tout cela, dans une conférence de presse en 1966, Betty Friedan déclarait que NOW n'était pas seulement un « club de femmes », mais une véritable organisation pour les droits de la femme. Les militantes se sont organisées en différents groupes dédiés aux problèmes familiaux, matrimoniaux, et financiers. En 1967, pendant la deuxième conférence annuelle du NOW, Friedan proposait le *Bill of Rights*, une déclaration des droits officiels exigés par les féministes. Les principaux étaient :

1. Le congé de maternité rémunéré
2. La contraception gratuite
3. La légalisation sur l'avortement
4. La légalisation pour l'égalité salariale
5. L'exonération fiscale de la garde d'enfants

En même temps, les féministes ne pouvaient pas ignorer le droit des femmes au foyer de choisir de rester à la maison et cela ne devrait pas changer. Ce qui devrait changer était les stéréotypes des rôles masculin et féminin et leurs idéalizations. Il était impossible pour un couple de s'aimer vraiment s'ils étaient uniquement fondés sur ces mêmes stéréotypes.

Friedan avait bien informé le gouvernement américain de la manifestation que NOW organisait à Washington, mais elle devait se tenir juste quelques semaines après les violences de la manifestation de Martin Luther King et de l'assassinat de Malcolm X. Pour cesser les

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

violences et les manifestations de 1967, le gouvernement légalisait la loi contre la discrimination sexuelle dans le service public.

« La vraie égalité entre les sexes...signifiait un véritable partenariat entre hommes et femmes. Une réelle égalité entre les sexes, dans tous les sens ! »²⁸⁶

Selon B. Friedan, la créativité et le travail étaient essentiels pour la réalisation personnelle des femmes. Sous sa direction, NOW défendait l'idée que les femmes devraient avoir accès à toutes les possibilités d'emploi, ainsi qu'aux bénéfices que cela offrait. Le *NOW Statement of Purpose* et le *NOW Bill of Rights* défendaient cette idée et se basaient sur la notion que dans une société patriarcale l'espoir pour l'égalité était la seule perspective pour les femmes.

La demande pour plus d'écoles, plus de crèches, pour la contraception et l'IVG était fondamentale, mais cette dernière exigence, l'IVG, avait créé une grande polémique.

Ginette Castro analyse :

« A partir de 1969, pour Betty Friedan, le droit pour l'avortement et pour la contraception gratuite étaient des « droits basiques » pour les femmes. Cela signifiait avoir le contrôle sur son propre corps et, si refusé, il était la représentation éternelle de la femme comme objet sexuel. Cette question allait plus loin que l'égalité salariale, elle posait la problématique très complexe de la dignité féminine. La « libération » du corps de la femme était fondamentale pour la transformation de la façon avec laquelle elle voyait l'amour et le sexe, une vision, désormais, sans culpabilité. »²⁸⁷

L'idéologie des féministes égalitaires du NOW oscillait constamment entre des accusations contre le système et le gouvernement, et l'espoir dans l'avenir. Le principal domaine d'action des féministes égalitaires était la lutte pour les droits des femmes et leurs conditions de travail, mais l'optimisme était l'une de leurs principales caractéristiques.

²⁸⁶ NOW Statement of Purpose. p.87.

²⁸⁷ Castro, G. (1990). *American Feminism: A Contemporary History*. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques. p.47.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Les féministes radicales, comme Colette Price²⁸⁸, défendaient l'idée que les féministes égalitaires du NOW confondaient cause et conséquence quand elles affirmaient que l'oppression féminine et l'inégalité des sexes étaient le résultat du système d'emploi américain. L'étude la plus détaillée sur les conditions de travail des femmes américaines était celle écrite par Caroline Bird. *Born Female*²⁸⁹ analyse la cause très complexe des discriminations « non-assumées » et révélait l'existence de tout un système de discriminations des genres. Selon Bird, pendant les années 1950 et 1960 les rôles des femmes dans l'univers professionnel étaient celui de « coopération » et « d'assistance » à l'homme, le principal élément de la culture américaine. L'auteur distinguait trois règles qui définissaient le système d'emploi du pays : « les femmes doivent travailler à la maison », « les hommes doivent apporter l'argent au foyer » et « la place la plus haute dans la pyramide sociale et économique était destinée aux hommes »²⁹⁰.

En même temps, une nouvelle forme de paternalisme et de misogynie voyait le jour. Traditionnellement, les mysogines, comme Freud, concevait une seule place à la femme : la maison. Cette nouvelle forme de misogynie était légèrement différente, le rôle de la femme n'était plus vu comme uniquement « domestique » et le travail féminin était encouragé, mais seulement si ce salaire était utilisé pour le bien commun de la famille et de leur statut social. En conséquence, une nouvelle configuration du travail féminin apparaissait, la « carrière en U », divisée en trois phases : une première phase active pendant et après les études universitaires, une deuxième période moins active pendant les années où les enfants étaient petits et avaient besoin d'une attention totale et enfin une troisième phase de réadaptation au travail après que les enfants étaient en âge d'aller à l'école pendant la journée. En réalité, la seule raison qui poussait ces « nouveaux mysogines » à soutenir le travail féminin était le manque de main d'œuvre.

L'exorcisme des mythes et la bataille contre les idées idéalisées étaient une tâche primordiale pour les féministes égalitaires. Le symbole de l'éternelle « femme parfaite », qui plaçait

²⁸⁸ Price, C. *New Ways of Keeping Women Out of Pay. Redstockings: Feminist Revolution*, 81.

²⁸⁹ Bird, C. (1969) [1968]. *Born Female*. Londres: Pocket Books.

²⁹⁰ Ibid. p159.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'homme sur un piédestal et oubliait ses propres envies, était devenu le modèle de l'époque. Il était temps d'en finir avec ce mythe et les idéologies qui contrôlaient la place de la femme.

En 1970, Elizabeth Coontz²⁹¹, alors directrice du « bureau de la femme », a détruit les trois principaux mythes sur le travail féminin : « la place de la femme est à la maison », « l'augmentation du nombre des femmes qui travaillaient était la cause de l'augmentation de la délinquance des jeunes » et « les femmes qui travaillaient étaient souvent absentes de la maison ». Dans cette même perspective, des études commandées par le « bureau des femmes » prouvaient que la qualité du temps passé avec les enfants était plus importante que la quantité ; concernant les absences, ces études démontraient que les femmes s'absentaient seulement 0,3% en plus que les hommes et que ces absences étaient toujours liées à leurs rôles de « mères », « d'épouses » et « de femmes au foyer ».²⁹²

Trois autres mythes sur le travail féminin étaient très populaires : « les femmes ne sont pas aussi bien accomplies que les hommes », « les femmes ne sont pas aussi motivées que les hommes » et « il existe une différence intellectuelle entre les genres ». En effet, il était vrai que les femmes avaient beaucoup plus de diplômes de licences et Masters que des Doctorats, mais elles étaient aussi, sinon plus, motivées que les hommes ; et l'idée de la différence intellectuelle entre les sexes n'était qu'un mythe. Mais le principal mythe réfuté pas les féministes égalitaires était celui qui disait que les femmes n'avaient pas de problèmes et que désormais leurs vies étaient « parfaites ».

« Nous sommes vues comme déjà 'libérées'... Il existe l'idée très populaire que nous avons un 'pouvoir caché', que nous sommes dominatrices et hystériques. Il y a tant de stéréotypes : la femme au foyer qui va nettoyer la maison toute la journée, la femme qui vit grâce à la pension de son ex-mari ou encore celle qui profite de la fortune accumulée par son mari et néglige complètement la vie de famille »²⁹³

²⁹¹ Coontz, S. (1992). *The Way We Never Were: American Families and the Nostalgia*. NY: Trap.Basic Books.

²⁹² Castro, G. (1990). *American Feminism: A Contemporary History*. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques

²⁹³ Steinem, G. 1983. *If we're So Smart, Why Ain't We Rich? Ms.* 12. p. 38.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Le principal objectif des féministes égalitaires était de réveiller un esprit critique chez les femmes pour qu'elles puissent questionner l'image idéalisée selon laquelle elles vivaient. D'après Ginette Castro, les femmes avaient assimilé l'idéalisation de leur rôle, mais il n'était pas question de les culpabiliser, mais de les rendre conscientes des dommages que ce mythe causait à leurs personnalités.

Dans *It Changed My Life*²⁹⁴, Betty Friedan appelle « les taties Tom » ces femmes qui culpabilisaient les autres pour leurs propres problèmes et qui se pensaient supérieures au « problème de la femme au foyer ». Pour symboliser la capacité et le potentiel des femmes, deux noms étaient constamment mentionnés par les féministes du NOW : Simone de Beauvoir et Indira Ghandi. En choisissant deux personnalités tellement différentes, une qui essayait de s'adapter au système social et culturel de son époque et l'autre qui refusait toute tentative d'appartenir à ce système-là, les féministes égalitaires voulaient montrer deux possibilités différentes d'être femme. G. Castro analyse les solutions proposées par NOW :

« Le problème des solutions proposées par NOW c'est qu'elles n'étaient pas possibles à toutes les femmes, seulement à celles qui avaient ce qu'il fallait pour retrouver leurs propres envies et besoins...en plus de sous-estimer les compétences et les carrières des hommes. Selon les féministes égalitaires, les femmes devaient prouver qu'elles étaient deux fois plus talentueuses que les hommes pour pouvoir postuler à un emploi. Mais elles se trompent, une femme doit être jugée de la même manière qu'un homme. »²⁹⁵

« Notre révolution est unique ! » a déclaré Betty Friedan en 1968. Même si cette idée d'unicité impliquait la notion de séparation et de rejet des normes établies, empruntées au mouvement pour les droits de la communauté noire *Black Power*, les demandes de NOW—égalité salariale, augmentation du nombre de crèches, légalisation de l'avortement et gratuité de la contraception—étaient véritablement une révolution pour la vie des Américaines.

La société utopique imaginée par NOW était fondée sur la réorganisation des quatre principales institutions des sociétés américaine et britannique : le monde du travail, l'éducation, le mariage et la vie de famille. Selon le *Statement of Purpose* de NOW, dans une

²⁹⁴ Friedan, B. (1976). *It Changed My Life: Writings on the Women's Movement*. NY: Random House.

²⁹⁵ Op.cit. 282. p.57.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

société dite « égalitaire », l'égalité était la clé pour l'insertion des femmes dans le monde professionnel. La révolution féministe devrait donc commencer à l'école. Concernant les tâches domestiques et les responsabilités des enfants, dans la société utopique de NOW il ne devrait pas y avoir d'obligation féminine à s'occuper seule de la maison et des enfants ou de l'homme à être le seul à travailler en dehors de la maison. La femme au foyer devrait recevoir un salaire pour son travail, ce qui était l'un des points les plus critiqués par les féministes radicales, qui considéraient ce paiement comme juste une autre manière d'isoler les femmes à la maison. Dans cette société imaginaire, le droit des femmes à travailler serait garanti par la reconnaissance du droit d'être indépendante. Cette indépendance serait également garantie par la contraception et le contrôle total de leur propre corps.

Devant ces propositions faites par les féministes égalitaires du NOW, Letty Cottin Pogrebin a eu le besoin de déclarer dans son article *Can Women Have it All ?*²⁹⁶ que les femmes n'étaient pas obligées de « tout avoir », mariage, famille et travail, mais d'avoir le choix. Il ne s'agissait pas de favoriser la vie de famille ou une carrière professionnelle ; une fois cela bien compris, selon NOW, les femmes ne devraient pas à être soumises à un ultimatum. En connaissance de toutes leurs options, les femmes devraient avoir le choix. Et cela était possible uniquement si les responsabilités domestiques étaient bien partagées.

« Tout ce que nous faisons pour le mouvement féministe, pas spécifiquement sur les lois mais pour une égalité générale, devrait permettre à nos enfants d'avoir des mariages et des familles différentes et meilleurs que les nôtres. »²⁹⁷

En outre, si les femmes sortaient de leurs « prisons dorées » plus d'emplois allaient être créés dans les écoles, les hôpitaux, les restaurants et les bureaux. Les militantes du NOW envisageaient la création des agences communautaires qui employaient des femmes, mais aussi des hommes, sans distinction. Enfin, les nouvelles technologies permettraient aux femmes d'avoir accès aux professions qui exigeaient de la force physique, ce qui leur assurerait des postes plus variés.

²⁹⁶ Pogrebin, L. C. (1978). *Can Women Have It All?* Ms. 6, no. 9. p. 47.

²⁹⁷ Friedan, B. (1976). *It Changed My Life: Writings on the Women's Movement*. Random House. NY: p. 328.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

C'était la vision utopique des féministes égalitaires, mais cette étude ne serait pas complète sans aborder les débats et les divisions au sein de NOW. Le premier point de discorde était l'inclusion de l'amendement des droits de l'homme dans le programme de NOW annoncé en 1967. Le syndicat des travailleurs automobiles (UAW), et par conséquent les femmes qui y participaient, étaient contre l'égalité salariale puisqu'ils défendaient la « protection » des « employés plus faibles ». Même si l'UAW a suspendu son accord avec NOW, leurs relations n'ont jamais été complètement coupées.

Un autre point de polémique parmi les féministes du NOW était la question de la contraception et de l'avortement, une demande qui choquait profondément les membres les plus conservatrices du groupe fondé par Friedan. Comme résultat, ces femmes ont quitté NOW et ont créé leur propre mouvement féministe, la « Ligue pour l'équité des femmes » (WEAL) qui manifestait pour presque les mêmes revendications que NOW, sauf lorsqu'il s'agissait de l'avortement et de la pilule.

Betty Friedan, alors directrice de NOW, voyait ces divergences comme un signe de vulnérabilité du mouvement. Ces différences internes avaient deux principaux effets : le plus évident était le fait que le mouvement était devenu une cible facile pour ses opposants ; la quête frénétique pour le pouvoir entre les dirigeantes était un danger pour la cohésion du groupe, ainsi que la vision dite « élitiste » de ses membres. Le manque d'expérience des femmes qui conduisaient les actions pour le mouvement les menaient à se battre pour le contrôle de NOW, ce qui intimidait les nouvelles militantes.

Le second effet des différences internes du mouvement des féministes égalitaires était l'absence d'autonomie des responsables locales et des porte-paroles du groupe ; des célébrités parlaient au nom de NOW avec beaucoup plus de liberté que les propres membres féministes. Sans expérience, le pouvoir pouvait transformer certaines personnes pas complètement impliquées dans le combat féministe. C'était l'explication donnée par l'avocate Florynce Kennedy sur l'hostilité des femmes noires envers NOW :

« Même si NOW a clairement une place importante dans le mouvement pour les femmes, c'est sûr qu'elles ont eu une vie et un parcours beaucoup plus facile et aisé que la majorité d'entre

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

nous. Cette forme de féminisme était la plus acceptée par les gouvernements et, sans doute, la « moins gênante ». ²⁹⁸

Une autre source de conflit dans NOW était l'expérience de certaines jeunes militantes dans le mouvement féministe radical pendant les manifestations de 1960 contre la guerre du Vietnam et pour les droits des personnes de couleur. Elles ont très vite compris qu'il y avait une grande différence entre la réception des discours féministes évoqués par les militants de sexe masculin et celui défendu par les militante. Pour eux, il y avait du respect et de l'admiration, pour elles, du travail dur et de la gêne. A ce moment-là, certains membres de NOW, comme Jo Freeman et Shulamith Firestone, commençaient à organiser des réunions à Chicago et ont fini par quitter le groupe.

« Cette séparation a créé une énorme rupture dans le mouvement féministe, une rupture qui je pense a opposé 'féministes radicales' et 'radicales féministes'. Les premières ont quitté NOW, tandis que les autres sont restées et ont développé le groupe. Les féministes du NOW ont réussi à surmonter le statut « socialiste-anarchiste » qui collait à la peau du mouvement féministe et ont élevé le débat à un niveau supérieur ». ²⁹⁹

3.2.2. L'ascension du *Women's Lib* et la révolution féministe radicale

Pendant les années 1960, parallèlement au groupe égalitaire, un deuxième mouvement féministe a été créé, c'était la naissance du « Mouvement pour la libération des femmes », très influent aux Etats-Unis et au Royaume-Uni.

Selon Rowbotham ³⁰⁰, « radical » signifiait qu'on entendait remonter, dans l'explication de la subordination des femmes, « à la racine » du système. Le système auquel on faisait référence n'était pas, comme chez les marxistes orthodoxes, le système économique, mais le système social des sexes, qui serait nommé « patriarcat ». « Radical » signifiait surtout qu'on allait assister à une toute nouvelle façon de penser les rapports hommes-femmes, étrangère aux

²⁹⁸ Kennedy, F. New York City Commission on Human Rights, *Women's Role in Contemporary Society*, p. 86.

²⁹⁹ Op. cit. 292. p. 21.

³⁰⁰ Rowbotham, S. (1972). *Féminisme et révolution*. Paris : Petite bibliothèque Payot. p. 33.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

explications libérales ou marxistes, et se présentant comme « autonome » et sur le plan de la pensée comme de l'action. Dans le cas du féminisme britannique, le caractère socialiste du mouvement était clairement affiché et assumé.

L'oppression des femmes est en effet datée historiquement : elle est née avec l'apparition de la propriété privée. Ce fut-là, selon Engels, « la grande défaite historique du sexe féminin », qui coïncide avec l'arrivée de la société divisée en classes et l'avènement du capitalisme. Pour ces marxistes, le besoin de transmettre ses propriétés par l'héritage et, pour ce faire, d'être certain de sa descendance, a rendu nécessaire l'institution du mariage monogamique. C'est ainsi que les femmes ont été mises sous le contrôle des maris, dans la sphère privée de la famille, hors de la production sociale. C'est là la cause de leur oppression.

Le patriarcat, que les féministes radicales définissaient comme étant le pouvoir des hommes dans la famille et dans toute la société, apparaît donc, aux yeux des marxistes orthodoxes, comme un simple produit du capitalisme, une « mentalité », qui disparaîtra avec le renversement du capitalisme. Le patriarcat occuperait donc une place secondaire dans l'explication de l'oppression des femmes, cette dernière étant liée aux formes de l'exploitation capitaliste du travail.

Alors que les marxistes orthodoxes portaient d'abord et avant tout leur attention aux classes sociales et au système économique capitaliste, seul responsable de l'oppression des femmes, les courants féministes radicaux portaient une égale attention au sexe (appelé « le patriarcat ») et aux classes sociales (appelé « le capitalisme »). Les féministes socialistes tentaient ainsi de comprendre comment le patriarcat s'articulait au capitalisme et vice-versa. Elles parlaient donc de deux systèmes d'oppression des femmes : le patriarcat et le capitalisme.

L'« ennemi principal » ne se situait ni dans les préjugés, ni dans les lois injustes, comme chez les féministes du courant libéral, ni dans le système capitaliste, comme chez les militantes marxistes. C'est le patriarcat qui expliquerait la domination des femmes par les hommes. Alors que chez les féministes marxistes le capitalisme occupait une place centrale dans l'explication, et le patriarcat une place secondaire, chez les socialistes, c'était exactement l'inverse : le patriarcat occupait une place première et le capitalisme une place secondaire. L'« ennemi principal » devenait donc le pouvoir des hommes, les hommes comme classe

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

sexuelle. L'expression principale du patriarcat était le contrôle du corps des femmes, notamment par le contrôle de la maternité et de leur sexualité. Le « patriarcat » constituant un véritable système social, un système social des sexes ayant créé deux cultures distinctes : la culture masculine dominante, et la culture féminine dominée.

L'objectif ultime du féminisme radical était le renversement du patriarcat. Cet objectif passait par la réappropriation par les femmes du contrôle de leur propre corps et pour cela plusieurs stratégies étaient envisagées : du développement d'une culture féminine « alternative » (création d'espaces féminins comme les centres de santé, les maisons d'hébergement pour femmes victimes de violence, le théâtre, le cinéma, les commerces, les maisons d'édition, les librairies, les magazines destinés aux femmes), jusqu'au « séparatisme » (la vie entre lesbiennes ou célibataires seulement), en passant par l'offensive directe contre le patriarcat (manifestations contre la pornographie, les concours de beauté, les déploiements militaires, les mutilations sexuelles, les appuis à l'avortement, etc.).

Les féministes radicales concentraient leurs activités à faire pression sur les institutions traditionnelles afin de les modifier. Au Royaume-Uni leur premier objectif était de transformer l'éducation des jeunes femmes, étant donné que dans la culture britannique l'éducation des filles avait peu d'importance car leur futur se résumait à la vie familiale et à la maison. Les militantes dénonçaient les actions discriminatoires de l'orientation pédagogique dans le pays qui excluait les filles de l'apprentissage de certains travaux manuels et de certaines disciplines scientifiques, c'est ce qui était appelé *the hidden curriculum*. Contre cette forme de sexisme, deux types d'actions étaient privilégiées : la pression sur les syndicats, pour qu'ils agissent de manière concrète et sur les parents et enseignants, pour qu'ils prennent conscience de la discrimination imposée à leurs filles. Calquées sur le modèle américain, quelques universités britanniques commençaient à organiser des cours spécifiques sur les femmes, les *Women's Studies*.

Une autre action caractéristique des militantes radicales britanniques était la pression exercée à l'intérieur des syndicats, des partis politiques et de l'appareil législatif- une action un peu moins efficace aux Etats-Unis à cause de la complexité du système législatif américain. Des lois importantes allaient être approuvées grâce aux actions des groupes féministes : l'*Equal*

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Pay Act de 1970, le *Sex Discrimination Act* de 1975, le *Domestic Violence Act* de 1976 et le *Housing Act* de 1978.

Pour surveiller et garantir le respect de ces nouvelles lois, les féministes britanniques ont créé en 1975 « L'association pour les droits des femmes » au sein du *National Council for Civic Liberties*. Cette association se composait de trois cent vingt avocates et juristes qui mettaient leurs compétences au service des organisations féministes et dépendaient essentiellement des initiatives individuelles et fonctionnaient sur la base du volontariat. Cette association se définissait à la fois comme un groupe de pression pour obtenir l'approbation ou l'application des lois concernant les droits des femmes, comme un centre d'information et d'aide juridique et comme une organisation professionnelle militante. Elle a réussi, par exemple, à convaincre l'Etat à réécrire le projet de loi concernant les enfants illégitimes, ou encore à modifier les conséquences fiscales du concubinage et du *Married Man's Allowance*.

Un grand nombre des militantes croyaient que la seule solution pour atteindre l'égalité entre les sexes était l'entrée des femmes sur le marché du travail britannique et, dans cette perspective, elles organisaient plusieurs fronts de lutte : la création de plus de structures d'accueil pour les enfants de moins de cinq ans, le soutien aux travailleuses en difficulté, l'augmentation du rôle des femmes dans les syndicats, la création des « crèches sauvages » dans des locaux non occupés et à travers la garantie des infrastructures qui facilitaient le quotidien de femmes qui travaillaient (900 000 places dans les crèches et les écoles maternelles pour une population de 2 700 000 enfants de deux à quatre ans).

Les féministes radicales britanniques étaient très actives auprès des travailleuses en difficulté, comme pendant la grève des *night cleaners* en 1974 et celle des ouvrières de Grunwick en 1977. En même temps, elles reprochaient aux syndicats la faible représentation féminine dans les instances dirigeantes (seulement une femme pour trois hommes), qui expliquait le désintérêt pour les questions féministes et le manque d'énergie déployée par ces syndicats pour faire respecter l'*Equal Pay Act*.

Les militantes radicales étaient également très actives dans les campagnes pour l'avortement et contre les violences conjugales et le viol. Elles ont organisé la « Campagne nationale pour l'avortement » et coordonnaient un réseau de centres d'accueil pour des femmes battues et

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

leurs enfants. Grâce à ces actions de nombreuses femmes qui ne s'intéressaient pas au mouvement féministe commençaient à s'engager dans les rangs du mouvement. Comme résultat, deux lois ont été votées : le *Domestic Violence Act* en 1976 –qui interdisait aux maris violents de réintégrer le domicile conjugal- et le *Housing Act (Homeless Persons)* en 1976- qui stipulait que les autorités locales avaient le devoir de loger toute personne sans abris, notamment les femmes battues.

Une autre campagne chère aux féministes britanniques était la *Reclaim the Night*, une action contre les agressions sexuelles qui avait entraîné plusieurs manifestations : la première, le douze Novembre 1977, a eu lieu simultanément dans douze villes d'Angleterre. A Londres, des centaines de militantes ont défilé dans une atmosphère de fête dans les rues du quartier de Soho en insultant les propriétaires et les habitués de sex shops. Après le meurtre d'une habitante par le *Yorkshire Ripper*, la campagne a pris un caractère plus dramatique et mobilisait de plus en plus de femmes, jusqu'à la création d'un « Centre de Crise » qui assistait les victimes sur le plan psychologique, juridique, médical et social.

La troisième principale campagne des féministes radicales britanniques portait sur le maintien des dispositions de 1967 pour l'avortement, toujours menacées par les intimidations politiques et religieuses des institutions traditionnelles. D'un côté, l'église, qui considérait l'IVG comme un infanticide, de l'autre, l'ordre des médecins qui souhaitait garder la maîtrise de l'avortement et donc de ne pas la laisser aux femmes. La loi de 1967 avait été menacée à plusieurs reprises, dès 1969, mais en Octobre 1979 à Londres, un immense cortège d'hommes et de femmes défilait pour protester contre ces menaces, et pour la première fois dans l'histoire du mouvement ouvrier britannique, la centrale syndicale mobilisait ses forces pour une revendication féministe.

A la suite de la politique thatchérienne « d'assainissement » des finances publiques, les femmes ont été les premières victimes. Les réductions budgétaires dans la santé publique, l'éducation, le logement et la sécurité sociale les attaquaient directement, de la femme au foyer à l'ouvrière. En conséquence, un nouveau « retour à la maison » était préconisé par le gouvernement britannique, ce qui a eu comme effet immédiat la diminution du chômage et l'augmentation du « bénévolat » dans les services publics.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Le *Chairman of the Oxford Education Committee* déclarait :

« Les écoles devraient fermer à quatorze heures trente... ce ne sont pas des garderies aux frais du contribuable. Être mère devrait être un travail à plein temps jusqu'à ce que l'enfant ait au moins dix ans. »

Pourtant, les féministes britanniques ne se sont pas accommodées au projet Tory de retour à la maison, leur mouvement gagnait en ampleur et en influence, d'autres groupes et d'autres revendications voyaient le jour dans le pays.

Dans les années 1970 plusieurs groupes féministes de défense de l'environnement se développaient en Europe, mais le groupe britannique avait un regard critique unique sur les méfaits de l'industrialisation qui liait la destruction de l'environnement au pouvoir masculin responsable de la pollution et de la menace nucléaire.

Elles s'engageaient dans des associations militantes comme le *Campaign for Nuclear Disarmament (CND)*, *Greenpeace* ou encore dans le parti écologiste. Comme réponse au questionnement de leur intérêt dans la lutte écologique un groupe de militantes de Nottingham, le *Women Oppose the Nuclear Threat*, affirmait :

« Nous ne pensons pas comme nos aînées pacifistes que les femmes aiment davantage la paix ou qu'elles sont plus vulnérables que les hommes ; nous ne sommes pas non plus de celles qui considèrent que les femmes sont naturellement liées à Notre Mère la Terre et doivent sauver la planète de l'agression des hommes. Nous considérons que le partage actuel des tâches entre hommes et femmes est responsable des horreurs de la guerre. Les prétendues qualités masculines que sont la domination, la rudesse, le refus de montrer ses émotions ou d'admettre sa dépendance constituent le principal moteur de la guerre ; mais seulement parce que les femmes acceptent de jouer le rôle opposé et de laisser croire que leurs qualités naturelles ont à avoir avec l'infériorité et l'impuissance. »³⁰¹

Au Royaume-Uni, comme dans plusieurs pays du nord de l'Europe et aux Etats-Unis, les mêmes militantes étaient en même temps féministes, pacifistes et écologistes. Elles étaient souvent appelées « gauchistes » ou « anarchistes » mais en réalité, elles avaient juste un

³⁰¹ Jones, L. (1983). *Keeping the Peace/ A Woman's Peace Handbook*. Londres : Women's Press. p 23.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

regard de méfiance vis-à-vis des institutions traditionnelles, du capitalisme et des cultures patriarcales, même si le féminisme britannique a toujours eu un fond beaucoup plus socialiste et marxiste que le féminisme américain. Les féministes apportaient une vision particulière en attribuant les maux de la planète au modèle masculin d'oppression qu'exerçaient les forces politiques et économiques qui gouvernaient le monde. Leurs actions étaient spectaculaires : en 1981 une manifestation pacifiste se déroulait devant la base de missiles de l'OTAN de Greenham Common, les militantes y avaient installé un « camp de la paix » et lançaient un appel pour que la population locale les rejoigne.

« Nous, les femmes, on nous a encouragées à rester à la maison et à dépendre de la protection des hommes, mais nous refusons à présent ce rôle. Nous ne pouvons plus rester sans rien faire pendant que d'autres organisent la destruction de la vie sur terre. »³⁰²

En Décembre 1982, trente mille femmes venues de tout le pays les rejoignirent pour encercler *Greenham Common* dans une gigantesque chaîne humaine destinée à empêcher les missiles nucléaires de rentrer dans la base. Mais l'année suivante leur énorme campement fut démantelé. Néanmoins, des militantes britanniques, et d'autres pays européens, participèrent à de nombreuses manifestations un peu partout en Europe et aux Etats-Unis, occupant des centres de l'OTAN et en participant à des *Women Peace Camps*. Une de ces militantes déclarait :

« En marchant main dans la main, en exprimant nos émotions et notre intention de vivre sainement, beaucoup de choses pourront être accomplies. Nous les femmes ordinaires, infirmières, sages-femmes, enseignantes, nous qui aimons, nous qui nourrissons et soignons, nous les prophètes... à présent, il est temps... »

Malgré tous ces engagements et actions des militantes radicales britanniques, leur manifestation la plus connue et la plus forte fut leur irruption pendant le concours de Miss Univers 1970 qui se tenait à Londres. Pour inciter le public à réfléchir sur l'objectivation de la femme, au moment où les concurrentes étaient toutes alignées sur la scène, des militantes féministes ont envahi la scène en jetant de la farine et en faisant des bruits de vaches, ce qui a

³⁰² *Cambridge Women's Peace Collective*. p.263.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

causé un mouvement de panique parmi les spectateurs, les candidates et les jurys. Touchées par le message de militantes et enflammées par la confusion et l'euphorie du moment, des téléspectatrices qui regardaient le concours chez elles sont allées rejoindre le *Royal Albert Hall* pour renforcer la masse de militantes présentes, tandis que d'autres manifestaient dans les rues de la capitale. Le chaos était tel que la diffusion en direct du concours a dû être interrompu et la police a dû intervenir pour restaurer l'ordre et cinq militantes féministes ont été arrêtées. Elles ont été soutenues par leurs camarades féministes jusqu'à la fin de leur procès.

Le lendemain, cette manifestation était présente dans toute la presse britannique et la majorité des publications critiquaient les militantes et blâmaient le mouvement féministe pour des actions dites « aussi violentes et choquantes : »

« Il est désormais très difficile de soutenir et de comprendre les actions des féministes qui se donnent à de telles violences. Elles se disent différentes des autres— parfois même avec un léger sentiment d'infériorité— mais en réalité, elles sont comme tout le monde. Peut-être que les critiques faites aux Miss Univers devraient être appliquées à ces militantes aussi : inutiles et superflues. »³⁰³

Cette manifestation prouve à quel point le mouvement féministe britannique était impliqué dans la lutte contre l'exploitation de l'image de la femme comme objet sexuel, ainsi que dans la représentation des femmes dans les médias et dans les manifestations culturelles. Cette action témoigne également de l'immense influence du mouvement américain sur les militantes britanniques ; en réalité, cette « invasion » d'un concours de beauté avait été copiée sur les Américaines, qui avaient fait la même chose pendant le concours de Miss Amérique de 1968.

En effet, le 7 septembre 1968, à Atlantic City, 400 féministes, menées par Robin Morgan et le groupe *New York Radical Women*, ont organisé une manifestation contre la tenue du concours *Miss America*. Durant la manifestation, les militantes jetaient dans de grandes poubelles des objets représentant à leurs yeux la domination masculine et le contrôle des corps féminins : des soutien-gorges, produits de maquillage, sprays de coiffure, collants, corsets, casseroles et

³⁰³ *The Times*. 21 Novembre 1970.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

même des faux-cils. Avec une énorme pancarte affichant *Women's Liberation* à l'extérieur du *Atlantic City Boardwalk* et des cris pour la libération des femmes à l'intérieur du théâtre, les militantes ont choqué l'opinion publique et lancé une réflexion générationnelle sur la représentation des femmes dans les médias et la culture populaire.

Cette action des féministes radicales américaines a eu donc un fort impact sur les actions des militantes britanniques. Malgré les critiques qui dénonçaient de telles manifestations et les classaient comme « des tentatives désespérées d'être intéressantes »³⁰⁴, ces actions –aux Etats-Unis comme au Royaume-Uni-, ont réveillé toute une génération de jeunes filles contre l'objectivation féminine et l'image perturbante que les concours de beauté donnaient des femmes.

« Ces concours sont une parodie de foires animalières. On expose les femmes, leurs corps à être analysés, décortiqués et jugés pour que la plus belle bête gagne le trophée. Ils veulent des femmes naïves, soumises, insipides, sans personnalité et sans opinion propre. C'est une tentative de dominer et de contrôler les jeunes femmes. Plus de Miss Amérique! »³⁰⁵

Au même moment, également en 1968, dans leur publication *Toward a Female Liberation Movement*³⁰⁶, Beverly Jones et Judith Brown dénonçaient le chauvinisme masculin, donnaient priorité à la lutte entre les sexes plutôt qu'à la lutte entre les classes sociales et défendaient l'idée qu'avant de pouvoir « combattre » pour la cause féministe, la femme devrait se libérer d'elle-même. Les militantes du *Women's Lib* devaient encore prouver leurs capacités politiques et contestataires, pendant que les féministes « pacifiques » -comme NOW- organisaient des manifestations bien cadrées, les radicales s'attaquaient violemment aux symboles traditionnels de « féminité ». Le « Mouvement pour la libération des femmes » appelait les femmes au foyer à arrêter de se définir selon les stéréotypes de l'époque ; elles avaient besoin de se découvrir à nouveau et d'agir selon leur véritable nature. C'est de cette idée qu'est né le slogan du mouvement, « *Sisterhood Is Powerful* ». La destruction de la

³⁰⁴ Dow, Bonnie J. (2003). *Feminism, Miss America, and Media Mythology. Rhetoric & Public Affairs*. 6 (1): 127–149.

³⁰⁵ http://www.redstockings.org/index.php?option=com_content&view=article&id=65&Itemid=103. Consulté le 18 Janvier 2019.

³⁰⁶ Jones, B., Judith, B. (1968). *Toward a Female Liberation Movement*. Boston: New England Free Press.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

féminité traditionnelle était l'objectif visé à travers des actions choc qui devraient réveiller l'intérêt du public américain pour la cause féministe.

Le mouvement radical grandissait de plus en plus et en 1968 deux-cent militantes, venues de tous les Etats-Unis et du Canada, se sont réunies à Chicago pour organiser la première « Convention Nationale du mouvement de libération des femmes ». Deux thèmes principaux étaient au centre des débats : la sexualité, avec un article écrit par Anne Koedt, « Les mythes de l'orgasme vaginal »³⁰⁷ et une nouvelle vision pour le féminisme de l'époque, avec un article de Kathie Sarachild, « Programme pour la conscience collective féministe »³⁰⁸. Ginette Castro analyse l'impact de ces discussions sur la construction de l'idéologie féministe radicale :

« La négation de l'orgasme féminin, outil machiste pour contrôler la femme et son corps, a en réalité accéléré notre quête pour la liberté. Alors que les militantes des mouvements féministes traditionnels parlaient de discrimination sexuelle, nous parlons d'oppression sexuelle. Le « Programme pour la conscience collective féministe » vise à réveiller les femmes de leur condition... notre méthode est de désigner une quinzaine de femmes qui se réunissent pour travailler pendant six mois et qui traversent quatre phases d'évolution personnelle : dans la première phase chaque femme raconte sa vie, son expérience et ses sentiments avec l'objectif de trouver un fond politique et social à tout cela ; ensuite, elles essaient de trouver un aspect collectif à toutes ces différentes expériences, ce qui donne un caractère politique aux discussions ; et, finalement, le débat commence à chercher une cause commune à toutes ces questions et on arrive à relever les problèmes de la condition de la femme dans notre société facilement. C'est dans cette dernière phase que l'abstract prend une forme plus concrète à partir de l'idéologie féministe radicale »³⁰⁹

Mais qu'est-ce que cette prise de conscience collective a vraiment apporté aux mouvements féministes américains et britanniques des années 1960 ? Premièrement, les femmes n'avaient plus honte de parler du « problème de la femme au foyer » et, deuxièmement, elles avaient compris le vrai impact du sexisme et du machisme dans leur quotidien. En prenant exemple

³⁰⁷ Koedt, A. (1968). *The Myth of Vaginal Orgasm. Notes from the First Year*. New England Free Press.

³⁰⁸ Sarachild, K. (1970). *A Program for Radical Feminist Consciousness-Raising. Notes from the Second Year*. New England Free Press.

³⁰⁹ Castro, G. (1990). *American Feminism: A Contemporary History*. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques. p.22.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

sur le mouvement pour les droits des Afro-américains, qui avaient assumé leur culture, les féministes avaient appris à accepter leur féminité et leur genre. Les études menées par les militantes radicales les ont également aidées à comprendre et à assumer leur sexualité et leur corps, comme témoignent *Women and Their Bodies*, *Women and Our Bodies* et *Our Bodies, Ourselves*. Ces publications étaient fondées sur l'idée de « féminitude », concept proposé par la féministe française Françoise d'Eaubonne.³¹⁰

En réalité, il était assez difficile pour la majorité des femmes d'être à la hauteur de l'idéologie féministe radicale. Le premier problème était le fait que, même si la perception de leur rôle social avait changé, les restrictions imposées par cette même société n'avaient pas encore changé, le deuxième problème était la question de l'oppression masculine, une oppression tellement incorporée dans les cultures américaine et britannique que l'idée d'un changement était vraiment utopique. Cette oppression masculine était présente dans le domaine professionnel, psychologique, domestique, social et sexuel.

Tandis que Betty Friedan et NOW préconisaient la libération féminine à travers l'insertion dans l'univers professionnel, les féministes radicales du *Women's Lib* défendaient l'idée que les femmes devraient s'émanciper avant d'intégrer le monde de l'emploi.

Ginette Castro résume l'importance des deux mouvements, NOW et *Women's Lib*, pour la prise de conscience collective des Américaines et des Britanniques pendant les années 1960 :

« Le nouveau féminisme, mené par ces deux mouvements, s'est développé dans un contexte très favorable : le malaise psychologique des femmes américaines et britanniques. Cela explique le succès immédiat de ce nouveau féminisme, exemplifié par la grève générale des femmes américaines le 26 Aout 1970. Grève de leurs responsabilités parentales, professionnelles et même sexuelles. »³¹¹

Au début des années 1970 les actions radicales du *Women's Lib* étaient l'un des principaux intérêts de la presse américaine. Leurs actions étaient retransmises en direct à la télévision et étaient traitées dans toutes les publications quotidiennes et hebdomadaires du pays. Les manifestations les plus spectaculaires furent:

³¹⁰ D'Eaubonne, F. (1974). *Le Féminisme ou la Mort*. Paris : P. Horay.

³¹¹ Castro, G. (1990). *American Feminism: A Contemporary History*. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques. p. 25.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

1. L'occupation des bureaux du magazine féminin *Ladies' Home Journal's* en Mars 1970. Les militantes protestaient contre les conditions de travail des journalistes, pour l'égalité salariale et une présence plus importante des femmes dans la rédaction du magazine. Comme résultat, la parution d'Août inclit plusieurs articles sur la façon de développer la prise de conscience collective des lectrices sur les problèmes de la femme au foyer.
2. La grève générale du 26 aout 1970, dirigée par Friedan et qui a augmenté la popularité du mouvement féministe parmi les jeunes femmes
3. La partie de tennis entre la féministe Billie Jean King et le misogyne Bobby Riggs en 1973. La victoire de King fut un symbole de la « fierté féministe ».

Il est indispensable de bien comprendre que le « féminisme radical » américain comportait trois tendances principales : le féminisme radical, le lesbianisme politique et le féminisme socialiste radical. Le féminisme radical était, néanmoins, le plus important et le plus populaire des trois, cette tendance a influencé plusieurs petits groupes à se séparer de NOW et à lutter pour les droits des femmes. Même si ces groupes étaient très diversifiés et éparpillés dans le pays, ils faisaient partie d'une seule infrastructure et avaient les mêmes réseaux de communication. Les plus connus de ces groupes radicaux étaient le « *NY radical women* », « *Cell 16* » et « *The feminists* » et les plus agressifs étaient sans doute « *NY radicals* » et « *WITCH* ».

La deuxième tendance du féminisme radical, le lesbianisme politique, regroupait les femmes qui considéraient leur option sexuelle comme un acte de révolte politique. Les lesbiennes qui ont choisi de rester chez NOW ne voyaient pas leur sexualité comme un choix contestataire, mais comme un simple détail de leur personnalité qui ne changeait en rien leur engagement envers le mouvement féministe.

La troisième tendance du mouvement radical était le féminisme socialiste radical, caractérisé par une tendance politique beaucoup plus à gauche et plus engagée que les deux autres premiers groupes. Ses membres étaient des femmes syndicalistes qui participaient activement

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

à la vie universitaire et professionnelle des Etats-Unis. Cette tendance était très influencée par le féminisme britannique, un mouvement ouvertement socialiste et marxiste.

G. Castro définit le féminisme radical ainsi :

«Pour les théoriciens du mouvement féministe radical, sexisme et misogynie sont les racines du système patriarcal. Tandis que les féministes égalitaires voient ce même système comme le résultat d'une société inachevée, qui pourrait être transformée et améliorée, les théoriciens radicaux considèrent que toutes les institutions contemporaines, le mariage, la famille, l'amour, la religion, la culture, les classes sociales et même le sexe, étaient liées et interconnectées. Un exemple typique d'une de ces théoriciennes est la féministe Ti-Grace Atkinson, profondément impliquée dans l'aspect radical de ce mouvement. »³¹²

Kate Millet³¹³ et Shulamith Firestone³¹⁴, dans leurs ouvrages novateurs, ont été les premiers auteurs à définir la théorie révolutionnaire des féministes radicales, ce qui était considéré comme indispensable au bon développement politique du mouvement. Le mot clé de la théorie radicale était « politique », les relations entre les genres et entre les femmes et la société étaient considérées comme des relations « uniquement politiques ».

Pour S. Firestone, le groupe radical était la seule solution du mouvement féministe car c'était la seule tendance qui liait la politique aux émotions des femmes. Elle insistait sur l'idée que la priorité des féministes devrait être la quête pour « l'opresseur », défini comme « machiste » et « chauviniste ». Fondé sur cette idée, le groupe radical définissait ainsi le manifeste officiel de leur mouvement :

« Nous avons identifié les hommes comme nos principaux oppresseurs (...) Toutes les autres formes d'oppression (racisme, capitalisme, impérialisme...) sont une extension de la suprématie masculine (...) Les hommes reçoivent tous les bénéfices et dominent les femmes. »³¹⁵

Il semble important de comprendre que les féministes radicales -américaines et britanniques- voyaient les hommes comme « ennemis » de manière collective et non individuelle. Selon

³¹² Op.cit. 293. p.67.

³¹³ Millet, K. (1985) [1970]. *Sexual Politics*. Londres: Virago Press.

³¹⁴ Firestone, S. (1970). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. NY: Morrow.

³¹⁵ Morgan, R. (1973). *Sisterhood Is Powerful: An Anthology of Writings from the Women's Liberation Movement*. NY: Random House USA Inc. p.534.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

leur vision, les femmes étaient des « victimes » impuissantes qui n'avaient aucun pouvoir sur les hommes de leurs vies. Cette conception de la femme comme uniquement « victime » du système suscitait énormément de débats, les militantes étaient « forcées » de choisir entre deux tendances, les deux très problématiques : dans la première, ni les femmes, ni les hommes étaient des « victimes » du système et si les femmes ne devaient pas changer c'est parce qu'elles seraient naturellement supérieures aux hommes ; tandis que dans la deuxième vision, les relations entre les genres seraient uniquement les produits de leurs cultures et, de cette manière, la femme serait limitée dans son rôle de « femme au foyer » pour justement réduire toutes ses capacités et exalter celles de l'homme.

Ti-Grace Atkinson propose une vision plus cohérente des relations entre les genres dans son ouvrage *Amazon Odyssey*³¹⁶. D'après Atkinson, comprendre le véritable « oppresseur » de la femme signifiait aussi comprendre comment cette oppression fonctionnait, ce qu'impliquait également l'analyse de la « pathologie de l'oppression », concept largement utilisé par les féministes radicales mais aussi par les féministes égalitaires. Pour les féministes de NOW cette « oppression » concernait uniquement les femmes, alors que pour les féministes radicales les hommes souffraient également d'une énorme pression pour bien « contrôler » les femmes qui les entouraient. Atkinson va plus loin dans son analyse et affirme que la « pathologie de l'oppression » était le résultat d'une grande insécurité interne chez les hommes.

« Ce comportement annule la liberté de la victime et détruit les preuves de ce que ' l'agresseur' et la 'victime' sont, en réalité, la même personne. Le concept de 'cannibalisme métaphysique' semble correspondre aux deux nécessités vitales des hommes : conquérir et maintenir le pouvoir, ainsi qu'exprimer agressivité et hostilité. »³¹⁷

« Le dilemme des féministes est que, pour elles, les femmes sont 'persécutées' (...) Les individus qui sont définis comme en étant 'femmes' ont besoin d'irradier leur propre définition. Les femmes ont besoin, d'une certaine manière, de commettre le suicide. »³¹⁸

³¹⁶Atkinson, T.G (1974). *Amazon Odyssey*. NY: Link Books.

³¹⁷Op.cit. 298. p.59.

³¹⁸Op.cit. 299. p. 49.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Je pense que les stéréotypes, féminin et masculin, doivent être détruits...et non les individus. »³¹⁹

Dans *Sisterhood Is Powerful*³²⁰, R. Morgan fait une analyse similaire, en même temps qu'elle laisse clairement apparaître son dégoût des hommes. Les raisons données par l'auteur pour expliquer cette aversion étaient toutes fondées sur les agressions « typiquement masculines » envers le mouvement féministe, agressions perpétrées par des hommes homosexuels, socialistes ou encore hippies. De cette manière, il semble évident que les féministes radicales voyaient les hommes comme « l'incarnation » de l'ennemi, des comportements qui caractérisaient les cultures américaine et britannique depuis très longtemps.

La sexualité avait une place importante dans le combat féministe radical, elle représentait l'élément clé du système dénoncé par les militantes. Au contraire des féministes égalitaires du NOW, les féministes radicales pensaient que les femmes étaient considérées uniquement comme des objets sexuels par les cultures américaine et britannique. Les débats autour du sexe avaient deux objectifs principaux : avant tout, il était essentiel de rompre le silence qui caractérisait ce sujet. La sexualité féminine est restée un tabou jusqu'aux années 1960. Ce débat a eu comme principal résultat une nouvelle vision de la liberté et de la sexualité féminine. Il a renforcé l'acceptation du plaisir féminin et de la liberté personnelle de la femme.

La sexualité dans les années 1960, perçue par les militantes radicales, était juste une manière d'assurer la reproduction de l'espèce. Pour elles, l'institution du sexe marital ne prendrait pas en compte les désirs de la femme. Cette perception ne faisait que fortifier leur limitation dans des rôles de « femme au foyer » et de « mères ». En réalité, les féministes radicales n'étaient pas contre la sexualité, comme souvent présumé, mais elles rejetaient l'institutionnalisation du sexe, focalisé uniquement sur la reproduction et le plaisir masculin.

Selon S. Firestone, la fonction de la femme n'était pas forcément liée à sa capacité biologique de reproduction, mais à sa capacité sociale de reproduction. Uniquement perçues à travers leur

³¹⁹Op.cit. 300. p.55

³²⁰Op. cit 297.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

fonction reproductrice, les femmes perdaient leur humanité en venant à être considérées comme des objets. La notion de « fonction » était très présente dans l'idéologie féminine radicale car si la femme était vue juste comme « objet reproducteur », sa liberté personnelle et son rôle professionnel étaient un obstacle à leur accomplissement individuel. La société des années 1950 et 1960 avait besoin de limiter les femmes et leurs capacités.

Pour les militantes radicales le corps de la femme et sa capacité de reproduction étaient considérés comme des « propriétés » de l'homme. Les femmes devraient avoir la liberté de contrôler leur corps et leur fertilité. Les militantes du *Women's Lib* rejoignaient donc les féministes égalitaires dans le combat pour l'avortement, ce qui permettait aux femmes de reprendre le contrôle sur leur vie personnelle.

Le groupe radical le plus investi dans le débat américain pour la sexualité féminine était le groupe des lesbiennes appelé *The Furies*. Rita Mae Brown³²¹, une des fondatrices du groupe, dénonçait l'inadéquation de la vision marxiste des classes sociales en ce qui concerne la reproduction féminine. Selon elle, même si les femmes appartenaient à la même classe sexuelle, elles ne faisaient pas obligatoirement partie de la même classe sociale, ce qui leur donnaient des conceptions et des comportements différents.

En fait, les différences sociales devenaient un problème pour la cohésion des groupes féministes, l'arrogance ou la modestie de certaines militantes pouvaient créer des conflits.

La famille était vue comme l'une des principales représentations du « système oppresseur » :

« Une unité patriarcale dans un système patriarcal (...) Ce système agit comme une manière de contrôler et de limiter lorsque l'autorité politique ne marche plus. Comme un instrument fondamental et la base du système patriarcal, la famille reste une institution stéréotypée. »³²²

³²¹ Rita Mae Brown est une écrivaine américaine, plus connue pour sa participation dans le mouvement pour les droits civiques des Afro-américains, pour la cause homosexuelle et pour le mouvement féministe américain. Elle avait un poste de responsabilité au sein de NOW mais a soudainement démissionné en 1970 après les commentaires homophobes de Betty Friedan et les efforts du groupe pour se dissocier des militantes lesbiennes. Elle a été une des fondatrices de *The Furies* au début des années 1970.

³²²Op.cit 313. p.33.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Comme unité patriarcale, la famille était considérée comme le symbole d'une « oppression triple » sur les femmes : sexuelle, financière et psychologique.

Sexuelle parce que le mariage était fondé sur le rôle reproductif de la femme, financier car le travail payé était réservé aux hommes, les tâches ménagères n'étant pas rémunérées, et, psychologique car la domination masculine était une constante dans le mariage, la femme ayant toujours un rôle soumis.

Cette vision qui considérait le mariage comme le « centre de l'oppression » menait à un autre débat. Les idées féministes sur le mariage n'étaient pas très claires : les féministes radicales prêchaient l'abolition des relations maritales, tandis que les féministes égalitaires défendaient l'idée que le mariage était important, mais sans ses limitations et stéréotypes.

Il était inévitable que les débats autour du mariage culminent sur la discussion sur la prostitution, vu que c'était considéré comme un effet collatéral des relations très compliquées entre les époux. L'envie d'améliorer les relations entre maris et femmes était très répandue, mais la femme devrait toujours être compréhensive si son mari fréquentait une prostituée. Après tout, une prostituée représentait moins une menace au mariage qu'une maîtresse.

Pour les féministes radicales, la prostitution était un élément essentiel au bon fonctionnement du système patriarcal. Elles considéraient la prostitution comme l'exemple parfait du « deux poids, deux mesures », même s'il s'agissait d'une demande masculine, elle était considérée comme conséquence du comportement hystérique des femmes. Atkinson dénonçait encore le fait que, même si les prostituées pouvaient gagner beaucoup plus que beaucoup d'hommes, elles devraient rester toujours « invisibles ».

Selon Ginette Castro :

« La prostitution, comme l'agression sexuelle, est l'expression ultime des relations entre les hommes et les femmes et la clé pour toute analyse sociale et économique de la « classe sociale et culturelle » de la femme »³²³

Shulamith Firestone et Ti-Grace Atkinson insistaient sur la nécessité de discuter la question de l'amour, vu comme le principal outil du système pour prôner l'oppression masculine sur

³²³ Op.cit. 311. p.83.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

les femmes. Selon Atkinson, l'amour avait une fonction politique dans une société patriarcale, il persuadait les femmes d'accepter et de se soumettre aux hommes, une femme amoureuse, d'après Atkinson, ne pouvaient être qu'obnubilée et aveuglée par son amour.

« La femme est attirée et désireuse d'amour...d'un homme. Elle est faible, il est puissant. Elles essaient constamment de compenser leur manque de pouvoir par le mariage avec 'l'ennemi' : une tentative pathétique de brouiller les différences entre les genres. Elles comptent sur une illusion utopique que les hommes devraient changer et répondre à leurs attentes. »³²⁴

Basées sur cette idée, assez exagérée, les militantes radicales rejetaient complètement l'amour, ce qui signifiait que les femmes ne pourraient pas ressentir de l'amour pour un homme sans se mettre en position inférieure.

La conception de S. Firestone était certainement un peu plus rationnelle. Pour elle certains couples vivaient certainement en harmonie, mais la femme restait la partie vulnérable et soumise de la relation. L'auteur suggère que cet aspect destructif de l'amour serait le résultat de la vision idéalisée que les époux avaient l'un de l'autre, c'était une forme d'amour « déformé », où l'homme plaçait son épouse dans une « cage dorée » pour compenser son incapacité de l'aimer vraiment.

En ce qui concerne les sentiments des femmes, Firestone les classait aussi comme « destructifs » : elles chercheraient l'approbation des hommes en échange d'affection et de sécurité sociale et financière. En personnifiant « la femme parfaite » idolâtrée par l'homme, la « femme au foyer » oubliait ses propres envies et attentes au nom d'une vie utopique. Mais une question se posait devant de telles idées : est-ce que l'idéalisation de la femme existerait toujours si l'amour n'avait plus de fonction politique ? Oui, répondait Firestone en citant la perception très poétique que les couples vraiment amoureux avaient l'un de l'autre. En même temps, elle affirmait que la perception amoureuse de l'autre n'était pas forcément une vision idéalisée ou utopique de l'être aimé.

« Il s'agit d'une conclusion assez importante pour les militantes radicales car on les voit souvent comme contraires à l'amour (...) Certainement qu'il existe une grande animosité envers les hommes, Firestone a même déclaré que les hommes ne méritent pas d'être aimés.

³²⁴ Op.cit. 316. p.44.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Mais avant de tirer des conclusions erronées, il est important de situer toutes ces déclarations des féministes radicales dans leur contexte exact (...) en réalité, l'homme n'est jamais vu uniquement par son sens biologique, mais plutôt par ses comportements sociologiques et culturels. »³²⁵

Les relations entre le féminisme et la culture américaine ont été profondément analysées en profondeur par Shulamith Firestone. Son livre étudie trois des principales interrelations : la subculture du sentimentalisme romantique, l'aspect artistique de la culture des années 1960 et 1970 et la dialectique historique entre les différentes manières de percevoir les rapports avec le sexe opposé. Selon Firestone, la subculture du sentimentalisme romantique, comme représentée par les médias, constituait le principal instrument en vue de la socialisation des femmes et se fondait sur trois points centraux : l'érotisme, la « privatisation du sexe » et la beauté idéale. A travers le renforcement de ces trois facteurs, le sentimentalisme romantique opérait comme un autre vecteur de diffusion d'une image idéalisée et fantaisiste de la femme. Cette image érotique des femmes était fondamentale pour préserver leur fonction sexuelle et soumise.

« Cette pratique est insidieuse. Quand un homme dit 'j'adore les blondes !' toutes les femmes présentes se sentent mal à l'aise mais la blonde en question se sent flattée... flattée car elle a appris à valoriser plus sa beauté que ses compétences et capacités. Tout d'un coup, elle ne se souvient plus que ces compliments ne sont pas focalisés sur elle uniquement... mais sur toute blonde qui pourrait s'intéresser. »³²⁶

Par conséquent, ces femmes sont devenues incapables de différencier leurs propres personnalités de leur genre. La « privatisation du sexe » était vue par S. Firestone comme une technique de manipulation utilisée par les hommes pour aveugler les femmes. Le troisième point montré par l'auteur était l'idéalisation de la beauté, qui menait toutes les femmes à se ressembler comme deux gouttes d'eau. Cette standardisation de l'image féminine avait une fonction politique : plus elles se ressemblaient, plus elles étaient prévisibles et contrôlables. Toujours d'après Firestone, les féministes radicales ne niaient pas la beauté physique de la femme, uniquement si cette « beauté » était idéalisée, généralisée et stéréotypée.

³²⁵ Op.cit. 305. p. 85.

³²⁶ Op. cit 314. p.142.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En ce qui concernait l'aspect artistique des années 1960 et 1970, il était considéré par les militantes radicales comme la représentation parfaite de la société patriarcale et de la suprématie masculine. Elles défendaient l'idée que la culture américaine était essentiellement masculine parce qu'elle représentait une société dominée par les hommes et l'art était encore une autre manière d'idéaliser l'image de la femme comme la « muse ». Firestone déclarait encore que la culture avait, elle aussi, été corrompue par le système patriarcal et que la seule solution pour le « problème de la femme » était une véritable révolution féministe.

D'après le concept de Firestone, cette révolution féministe radicale devrait se dérouler en trois phases : sexuelle, économique et, enfin, culturelle.

La révolution sexuelle serait le résultat de l'insatisfaction féminine, les jeunes femmes et toute autre personne intéressée par la cause féministe pourrait rejoindre le mouvement et se distancier- physiquement mais aussi mentalement- du modèle de société patriarcal et répressif. Il s'agissait d'un combat contre la suprématie masculine, l'idée de *sisterhood* devrait leur permettre de remplacer, ensemble, les anciennes institutions patriarcales par de nouvelles structures de manière à ce que toutes les femmes aient les opportunités et le pouvoir autrefois réservés aux hommes.

Mais comment ces militantes allaient-elles réussir à changer le modèle social et culturel de l'époque? Leurs réponses n'étaient pas très claires ni très spécifiques, mais ces féministes croyaient en un mouvement qui changerait complètement les mentalités et les attitudes des Américains et des Britanniques, et qui faciliterait la restructuration totale du modèle social des deux pays. C'est sur ce point que les féministes radicales se différenciaient des féministes égalitaires : les militantes du NOW favorisaient le « partage du pouvoir », tandis que les militantes du *Women's Lib* luttait pour le contrôle total et absolu des relations entre les deux sexes. Pour elles, la véritable « révolution » serait l'abolition de l'idée de « pouvoir ».

Une fois cette révolution réussie, les femmes pourraient reprendre le contrôle sur leurs corps, leurs vies et leurs destins et chercher leurs véritables personnalités. Selon le projet radical, la « séparation physique et mentale » entre l'homme et la femme devrait durer uniquement le temps nécessaire pour l'accomplissement de la première phase de la révolution féministe. Une fois le contrôle repris par les femmes, les interactions entre les deux sexes devraient prendre

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

un rythme « normal » pour la bonne exécution des deux phases suivantes : la révolution économique et la révolution culturelle.

Pour Shulamith Firestone la révolution radicale devrait libérer les femmes de la tyrannie masculine qui contrôlait leurs corps et leur capacité de reproduction, ainsi que normaliser le partage des tâches et des responsabilités de la maternité. Cependant, elle reconnaissait le caractère utopique d'une telle résolution et défendait également la procréation médicalement assistée (PMA) comme une solution pour la période postrévolutionnaire, ce qui assurait la liberté et la valorisation de la femme comme personne et non comme « objet reproducteur ».

A ce moment-là, la révolution culturelle pourrait commencer. L'élimination de la famille comme la base de l'oppression masculine sur les femmes devrait être suivie par l'intégration totale de la femme dans tous les secteurs de la société active. Quand les distinctions culturelles entre les sexes et les générations disparaissaient, la répression sur la femme n'aurait plus de raison d'exister. Ti-Grace Atkinson affirme que le principal objectif de cette révolution était d'évincer le caractère institutionnel et « utile » de la sexualité au travers de la PMA. Ce n'est que de cette manière le sexe deviendrait un acte d'amour entre deux personnes.

Pendant la révolution économique conçue par les féministes radicales, les femmes devraient abandonner leur position soumise et assumer leurs nouvelles identités et leurs rôles sociaux et culturels. En réalité, les militantes n'ont pas vraiment apporté de description détaillée de la façon avec laquelle leur révolution économique devrait se dérouler, mais S. Firestone a donné quelques lignes directrices pour la compréhension de l'aspect financier de leur société utopique : le bien-être et les besoins matériels des familles seraient assurés par un système égalitaire où les besoins communs et la redistribution des richesses seraient les principaux fondements. G. Castro analyse :

« Par l'inclusion des enfants dans ce système économique, son aspect utopique est bien clair. Pour Firestone l'Etat devrait servir à éviter l'anarchie sociale et économique, mais le pouvoir devrait rester dans les mains du peuple. En absence d'un programme économique plus défini, les militantes considèrent que pour que le socialisme soit réellement possible, la révolution

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

féministe était essentielle. Dans cette perspective, elles considèrent la société actuelle comme ni authentique, ni juste. »³²⁷

Comme la révolution économique, la révolution culturelle dépendait de l'élimination de la dialectique sexuelle. Dans le projet féministe radical, il ne s'agissait pas uniquement de connaissance culturelle, mais surtout de la qualité de cette connaissance, de comment elle permettrait aux femmes de développer une conscience collective de leur cause. Comme résultat, la perception et l'interprétation de la réalité par les femmes seraient purement fondées sur la réalité.

Il n'était pas suffisant d'avoir une vision révolutionnaire de la société, mais il était indispensable d'avoir une base de support bien définie, l'action conjointe des différents mouvements féministes était obligatoire. Toujours selon la perspective du *Women's Lib*, c'était aux femmes de redéfinir la société et la culture dans lesquelles elles vivaient.

« Et si la vie de chacun était plus l'adaptation à un système déjà existant (...) et si nos vies étaient comme une œuvre d'art, créée par le dialogue entre nos sentiments, notre environnement et nos envies les plus chères ? »³²⁸

La conscience collective féminine serait fondée sur trois éléments, afin d'en finir avec la répression culturelle, économique et sexuelle : la totale liberté sexuelle, la détermination personnelle de chacune et la transformation de « l'idéalisé » en réalité.

« Firestone et les idéologues radicales ont clairement du mal à expliquer leur révolution féministe et leurs principaux concepts. Leur épistémologie semble être basée sur deux hypothèses : la première, l'exagération du caractère 'radical' de leurs idées ; la deuxième, une 'égalité' conçue à partir d'un chaos social, où le rôle de chacun serait complètement ambigu »³²⁹

Pour bien préparer cette révolution, les féministes radicales pensaient nécessaire l'organisation d'une phase transitoire fondée sur les demandes et les besoins des femmes. Ce

³²⁷Op. cit. p.95.

³²⁸ Op.cit. 316. p.80.

³²⁹ Op.cit. 309. p.98.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

programme, selon elles, ne pourrait voir le jour qu'avec une coalition des différents mouvements féministes, malgré leurs diversités idéologiques et théoriques.

Une fois cette coalition atteinte, la révolution féministe serait fondée sur deux aspects : premièrement, dans les pays industrialisés la société serait assez développée pour permettre l'intégration des femmes dans l'univers professionnel et, deuxièmement, les avancées technologiques soulageraient les femmes au foyer des tâches domestiques fastidieuses et fatigantes, ce qui limiterait le pouvoir de l'oppression masculine. Parmi toutes les généralisations, exagérations et incohérences de l'utopie féministe radicale il est compliqué de bien comprendre comment cette « révolution » pourrait changer les sociétés américaine et britannique de manière concrète et efficace.

En réalité, établir un plan d'action véritablement réalisable et compréhensible était une vraie difficulté pour les féministes américaines. A cause du développement extrêmement rapide du mouvement féministe aux Etats-Unis dans les années 1960 et 1970, quand la conscience collective des femmes s'était enfin affirmée, les féministes manquaient d'un programme cohérent et clair. L'existence de plusieurs groupes féministes démontrait à quel point les militantes étaient dissipées et obstinées. Les organisations plus anciennes comme le «*National Women Party* », (NWP), ont permis le développement des nouveaux groupes comme *National Organization for Women*, NOW, *National Women's Political Caucus*, (NWPC), la *Women's Equity Action League*, (WEAL), et *National Black Feminist Organization*, (NBFO).

Ces groupes avaient généralement une dimension nationale et une structure hiérarchique bien définie. Leurs comités locaux étaient fondés sur une division stricte des responsabilités et des tâches. Certaines de ces organisations bénéficiaient d'une aide financière du gouvernement américain, d'autres dépendaient uniquement des donations de leurs militantes et de leurs communautés. Beaucoup de ces groupes n'avaient pas de fond idéologique ou théorique, et leur durée de vie était moins certaine que celles de grands groupes. G. Castro analyse :

« Toute cette diversité révèle le caractère éparpillé du mouvement féministe dans ce pays. Le désordre qui régnait parmi les militantes à la fin des années 1960 n'était qu'un avant-goût de l'anarchie qui culminerait dans la destruction de beaucoup de ces groupes. En 1975, Jo Freeman regrettait le manque d'organisation et de structure des mouvements féministes, et

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

critiquait les militantes radicales pour leur incompetence. Mais, en même temps, elle signalait aussi que cette diversité pourrait être bénéfique pour la propagande du mouvement, cette nouvelle vague du féminisme avait déjà conquis des milliers de femmes à la fin des années 1960 et créait des dizaines d'autres groupes d'action (...) L'existence d'une opposition ne faisait que légitimer le combat de ces groupes, ils étaient perçus comme des organisations politiques avec un vrai pouvoir de persuasion. Selon une enquête organisée en 1979, soixante-cinq pourcent des Américains approuvaient les transformations exigées par les féministes. »³³⁰

Si l'idéologie causait des désaccords, l'action pouvait mener vers l'unité ; elle renforçait la dynamique et le pouvoir du sentiment féministe de *Sisterhood*. La convention nationale des féministes de 1977 à Houston, Texas, fut considérée comme le point de départ d'un « nouveau féminisme » : malgré tout, l'unité et la fraternité entre ces femmes étaient parfaitement représentées par l'hymne *We Shall Overcome* et par le lâché des ballons pour fêter l'adoption des lois contre la discrimination sexuelle et la bonne entente entre les groupes « hétérosexuels » et « homosexuels » du mouvement.

G. Castro corroborait les idées de Jo Freeman³³¹ sur les principales faiblesses du mouvement féministe américain, le manque de base théorique et de capacité d'actions véritables. C'est pour cela que tellement de militantes féministes cherchaient à populariser l'idée de *Sisterhood* pour gagner le maximum de nouvelles adhérentes et la confiance des classes populaires.

« Dans cette perspective, chaque femme qui arrivait à s'émanciper, contribuait à construire le mouvement féministe...chaque femme qui découvrait qu'elle pouvait avoir une vie indépendante, était une nouvelle militante. Le principe du mouvement féministe était de travailler pour toutes les femmes...pour qu'elles deviennent des militantes ». ³³²

En 1966 NOW a créé un comité uniquement dédié à l'analyse des représentations de la femme dans les médias, moyen très important pour la popularisation du mouvement féministe. La tâche de ce comité était compliquée et ardue, l'idéalisation de la femme comme « femme au foyer parfaite » était l'une des principales images utilisées par les médias, spécialement les magazines. Les premières initiatives du comité furent la création du prix

³³⁰Op.cit. 311. p. 175.

³³¹ Freeman, J. (1995). *Women: a Feminist Perspective*. Mayfield, KY: Mayfield Publishing Company.

³³² Op.cit. 312. p.183.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Pieds nus dans la cuisine », qui ridiculisait les agences de marketing qui perpétuaient l'image de la « femme parfaite » par leurs annonces, ainsi que le développement d'une campagne pour la vandalisation des panneaux publicitaires jugés offensants à l'égard des femmes.

Des actions plus radicales et plus ambitieuses furent organisées contre les médias. En Janvier 1970 les bureaux du journal quotidien *Rat* furent envahis par des militantes féministes et en Mars de la même année l'éditeur en chef du magazine féminin *Ladies' Home Journal*, John Mack Carter, fut pris en otage par des militantes du NOW. Ces deux publications furent considérées comme des éléments actifs dans la construction de l'image mythifiée des femmes. Un autre sujet qui rassemblait les militantes féministes était l'avortement. L'IVG était une question essentielle pour le mouvement, la lutte pour les droits et la liberté des femmes était le meilleur moyen d'assurer la fin de la mentalité traditionaliste et l'annulation des lois anti-avortement. En 1971, les états de New York, Hawaii et Alaska approuvèrent l'IVG pendant les premiers trois mois de grossesse, suivis par la Cour Suprême en 1973.

Plus que l'avortement, l'agression sexuelle a été le sujet qui a suscité le plus la colère et les manifestations féministes. En Janvier 1971 les « Féministes radicales de New York » organisèrent une journée de témoignages des victimes de viol, où leurs traumatismes furent écoutés et partagés avec de centaines des personnes. Refusant de laisser les femmes effrayées et enfermées chez elles, les militantes organisèrent un programme d'éducation offrant des cours d'auto-défense et de méthodes pour se libérer en cas d'agression. Le mois d'Août 1973 a été déclaré le mois de la « Prévention des agressions sexuelles » et plusieurs groupes féministes organisèrent des actions conjointes pour la prise de conscience de la population, spécialement des hommes, sur ce problème. La lutte contre les agressions sexuelles devint une des principales causes de ce « nouveau féminisme ».

« Si les militantes ne tombent pas dans le même piège que les suffragettes, qui ont presque oublié tous les autres problèmes affrontés par les femmes au nom de l'égalité, tout cela ne sera que le début. Il s'agit juste d'un passage dans le développement de ce « féminisme de deuxième vague » : la lutte pour l'égalité, pour les droits des femmes et contre les agressions

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

sexuelles sont ce que le mouvement a de plus puissant et concret. C'est une libération pour tous, pas seulement pour les femmes. »³³³

Cette vision qui niait le lien entre les suffragettes et les féministes des années 1960 et 1970 n'était pas défendue uniquement par des auteurs américaines, comme Shulamith Firestone, mais aussi par les spécialistes britanniques, telle que Sheila Rowbotham. Selon elles, les suffragettes du début du XXème siècle voyaient le féminisme uniquement comme un moyen pour accéder à la liberté individuelle et pour se rebeller contre les sociétés américaine et britannique, leurs exigences et leurs méthodes n'étaient pas adaptées à la culture de leur époque, encore moins avec la réalité des années 1960. Les actions des « nouvelles féministes » ne seraient pas une « évolution » des actions suffragistes, mais une toute nouvelle manière de « faire » le féminisme ».³³⁴

En réalité, les méthodes radicales des suffragettes n'étaient pas si différentes de celles utilisées par les militantes du nouveau « Mouvement pour la libération des femmes », mais leur principale différence se trouvait dans leurs revendications et dans leurs véritables objectifs. Alors que les premières militantes du mouvement suffragiste, américain et britannique, luttait pour le droit de vote ou l'égalité entre les sexes, les féministes des années 1960 s'intéressaient aux sujets qui touchaient les femmes dans leur quotidien, comme les difficultés de garde des enfants, la lutte ouvrière, les actions contre les violences faites aux femmes ou, la discrimination au sein du monde professionnel.

« Ironiquement, c'était uniquement à la fin des années 1970 et au début des années 1980 - quand les aspirations féministes se sont heurtées à M. Thatcher au Royaume-Uni et aux gouvernements républicains successifs aux Etats-Unis- que les suffragettes commencèrent à être plus respectées et considérées comme de véritables féministes par les nouvelles générations de militantes. »³³⁵

Même si Firestone et Rowbotham ne reconnaissaient pas le caractère féministe du mouvement suffragiste, le « nouveau féminisme » ne signifiait pas « unité », ni « union », mais plutôt

³³³ Op.cit. 312. p. 261.

³³⁴ Caine, B. (2004). *English Feminism, 1780-1980*. NY: Oxford University Press. p.260.

³³⁵ Op.cit. 327. p. 262.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« différences » ou « conflits ». Cela était spécialement vrai aux Etats-Unis, où les divers groupes féministes faisaient du mouvement un casse-tête assez compliqué, tandis qu'au Royaume-Uni les différents groupes féministes se considéraient comme faisant partie d'un même mouvement potentiellement uni et rassembleur. Les militantes britanniques donnaient toujours un caractère socialiste à leurs luttes, la condition de la femme étant un aspect du système capitalisme oppresseur ; les féministes américaines, de leur côté, n'avaient cette vision marxiste du féminisme et voyaient l'oppression de la femme comme le principal problème du pays. Néanmoins, les militantes des deux pays s'accordaient pour affirmer que « le problème de la femme au foyer » et « l'idéalisation de la femme parfaite » étaient tellement intrinsèque aux cultures américaine et britannique que les femmes ne se rendaient plus compte de leur oppression.

Même s'il est indéniable que le mouvement féministe américain était crucial pour le développement du mouvement britannique, ce dernier n'était pas simplement une reproduction des revendications et des actions organisées aux Etats-Unis ; il avait ses propres spécificités culturelles et sociales. Alors que le mouvement américain a été fortement influencé par le mouvement des droits civiques et dirigé par des femmes blanches de classe moyenne (NOW) et par des féministes radicales qui ont mis l'accent sur la libération sexuelle de la femme (Mouvements Radicaux), le féminisme britannique a émergé, dans sa majorité, de la Nouvelle gauche et des groupes socialistes et marxistes, qui ne considéraient pas la question féminine comme une priorité. Beaucoup des militantes britanniques se considéraient comme socialistes et croyaient que le féminisme était intrinsèque au socialisme. Cependant, elles se sentaient désemparées et abandonnées par leurs « camarades masculins » car ils ne se montraient pas vraiment intéressés et investis dans leur lutte.

Selon Bouchier³³⁶ le mouvement britannique n'était pas une simple copie du féminisme américain et de ses revendications pour l'égalité salariale et pour l'indépendance des femmes, mais une réponse directe aux lois machistes et misogynes du pays. L'auteur signale aussi, qu'au contraire des féministes américaines, les britanniques n'étaient pas débutantes dans les

³³⁶ Bouchier, D. (1983). *The Feminist Challenge : The feminist challenge: the movement for women's liberation in Britain and the USA*. Londres : Macmillan Press.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

manœuvres militantes, elles se battaient déjà depuis des années pour la cause environnementale, anti-nucléaire et socialiste.

Evidemment, les deux sociétés avaient différentes idéologies et présomptions sur le féminisme et cela était clair dans l'organisation et les revendications des deux mouvements. Aux Etats-Unis la lutte féministe s'est fondée principalement sur deux questions : l'avortement et l'égalité salariale. Le féminisme américain était souvent critiqué pour être un mouvement organisé pour et par des femmes blanches, libérales, des classes moyennes ou supérieures, le quotidien et les besoins réels d'une grande partie des familles américaines ne faisaient pas partie des priorités de leur mouvement. Cependant, au Royaume-Uni, la quête pour l'égalité politique et sociale poussait les féministes à renforcer le caractère socialiste de leurs revendications ; pour les militantes britanniques, au contraire de leurs semblables américaines, l'accent devrait être mis sur les différences sociales des familles et non sur leur couleur de peau.

Malgré leurs différences politiques, les deux mouvements luttait pour l'égalité de droits entre les genres, l'égalité salariale, le droit à l'avortement, pour plus de crèches et de places dans les écoles et contre les violences physiques et sexuelles faites aux femmes. D'importantes victoires avaient été acquises au Royaume-Uni, comme la loi pour l'avortement de 1967, la réforme du divorce de 1969 et la loi contre les violences conjugales de 1976.³³⁷ Cependant, des différences idéologiques existaient entre les deux mouvements, différenciant leurs conceptions et leurs motivations : tandis que les Américaines –libérales dans leur majorité- voyaient leur combat comme une manière de lutter contre la domination masculine dans la société américaine en général , les Britanniques – socialistes pour la plupart- considéraient que leurs actions étaient une façon de combattre les institutions capitalistes et, ensuite comme résultat, l'exploitation de la femme et la domination masculine.

Le féminisme des Américaines s'est fondé sur la théorie libérale qui voyait les hommes et les femmes comme des êtres rationaux, dotés d'une intelligence et de besoins physiques. Selon cette vision, l'individualité de chacun se développait avant même la naissance -leur genre,

³³⁷ Op.cit. 330. p. 39.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

leur couleur de peau ou leur classe sociale ne changerait en rien leur droit d'exister- ce qui expliquait leur volonté de considérer les hommes et les femmes comme égaux. Comme résultat, les féministes libérales ne cherchaient pas à révolutionner la société américaine, mais à rééquilibrer les inégalités sociales et économiques de façon juste et équitable et cela se ferait à travers la réforme des systèmes judiciaire et éducatif du pays, ainsi que des modifications profondes dans le monde du travail. Néanmoins, la principale critique à l'encontre du féminisme libéral était le fait d'être un mouvement trop individualiste, qui soulevait des problèmes isolés mais n'était pas capable de connecter ces problèmes à la société américaine de manière plus généralisée, le « sexisme »³³⁸ dominait les femmes et leur ôtait leur indépendance et leur libre arbitre. Les libérales considéraient la misogynie et le machisme comme des problèmes individuels et non collectifs.

Que voulaient les féministes libérales ? Parce qu'elles pensaient que les hommes et les femmes étaient égaux, elles préconisaient la fin de « rôles » masculins et féminins et l'insertion des femmes dans les sphères politique, économique, sociale et culturelle de la société américaine de l'époque. Elles défendaient l'idée que la solution pour « le problème de la femme » était d'abord individuelle et que le rôle biologique de mère ne devrait pas être un obstacle à l'indépendance des femmes. Pourtant une des principales critiques faites au mouvement était son caractère « bourgeois », la grande majorité des militantes libérales étaient blanches et provenaient des classes sociales supérieures. Elles oubliaient que le capitalisme et le système patriarcal de l'époque favorisait nettement les hommes blancs et riches et se focalisaient sur l'idée utopique que tous les êtres étaient égaux. Elles négligeaient également le fait que les comportements des hommes et des femmes n'étaient pas uniquement biologiques, mais aussi façonnés par les sociétés et les cultures.

Contrairement aux libérales qui fondaient leur mouvement sur une théorie déjà existante, les féministes radicales élaboraient leur propre idéologie. Menées elles aussi par des femmes blanches et des classes supérieures aux Etats-Unis, les féministes radicales britanniques étaient issues des classes ouvrières et, pour la plupart d'entre elles, faisaient partie des syndicats et de la gauche du pays. Parce que le féminisme radical est un mouvement

³³⁸ A noter que les féministes libérales parlaient de « sexe » et non de « genre ». Pour elles, « sexe » était basé sur la nature biologique et le « genre » sur les développements et adaptations sociales et culturelles.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

relativement récent – il est né à la fin des années 1960 aux Etats-Unis et s'est développé en suite au Royaume-Uni - et à cause de la multitude des groupes qui soulevaient son drapeau, il est presque impossible de parler d'une seule théorie radicale universelle.³³⁹ Cependant, il est évident que toutes les formes de féminisme radical concordaient dans l'idée que l'oppression faite aux femmes était l'origine des toutes les autres formes d'oppression³⁴⁰.

Au Royaume-Uni cependant, ce féminisme radical a gagné une autre dimension, plus politique et beaucoup plus engagée, un « féminisme socialiste »³⁴¹ serait même la meilleure définition. Cette distinction entre radical et socialiste peut être parfois infime, puisque les deux visions convergent dans une seule tentative de réformer profondément les sociétés et les cultures au nom de la libération féminine.³⁴² Cette « fusion » était particulièrement vraie au Royaume-Uni, où les militantes radicales étaient, pour la plupart d'entre elles, socialistes et cela s'appliquait dans le cas inverse également.

Dans cette perspective, les femmes n'étaient pas « discriminées », mais plutôt « exploitées » par le capitalisme et, principalement, par les hommes.

« Le féminisme socialiste défendait l'idée que pour une totale compréhension du système capitaliste il fallait accepter que son organisation soit basée uniquement sur le pouvoir masculin. Et, au contraire, pour comprendre à quel point l'homme détenait tous les pouvoirs, il fallait interpréter le capitalisme comme une structure complètement misogyne. »³⁴³

« L'idée principale du féminisme socialiste était que le mariage et la famille étaient une représentation des conflits et des contradictions de tout le système social de l'époque. Les femmes avaient un rôle soumis, ou même contrôlé, par l'homme. Malgré cela, cette vision ne considère pas l'homme comme « l'ennemi » véritable. Cela allait encore plus loin que la simple distinction des genres. Les femmes seraient exploitées à cause du système capitaliste et, dans ce cas-là, l'homme ne serait qu'un simple agent de cette oppression. Ils seraient, à leur tour, exploités et utilisés également, mais d'une manière plus dissimulée. L'égalité entre les sexes, défendue par les féministes égalitaires, n'aura aucun sens pour les socialistes, cela

³³⁹ Mitchell, J. 1971. *Woman's Estate*. Penguin Books Ltd. Harmondsworth, Angleterre. p.132.

³⁴⁰ Reid, I. et Stratta, E. 1989. *Sex Differences in Britain*. 2nd Edition. Aldershot: Gower Publishing Company

³⁴¹ Coote, A. et Campbell, B. 1982. *Sweet Freedom: The Struggle for Women's Liberation*. Pan Books Ltd. Londres.

³⁴² Bouchier, David. 1983. *The Feminist Challenge : The feminist challenge: the movement for women's liberation in Britain and the USA*. Macmillan Press. Londres p. 74.

³⁴³ Jaggar, A. M. 1983. *Feminist Politics and Human Nature*. Rowman & Allanheld. NY.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

signifierait l'égalité avec une classe déjà opprimée dans un système corrompu et pervers. Il est important de différencier la vision libérale, qui considérait que la femme était discriminée à cause des failles du système capitaliste ; et l'idée socialiste qui voyait l'exploitation de la femme comme une *conséquence inévitable* du capitalisme.»³⁴⁴

La tradition libérale qui portait les groupes féministes américains, même les plus radicaux, n'avait pas vraiment de place dans la société britannique, qui était très consciente de ses inégalités sociales. Le mouvement britannique n'a pas eu un début spécifique et défini, il s'est développé naturellement grâce aux femmes qui se réunissaient toutes les semaines pour parler de leurs problèmes et de leurs difficultés. Elles savaient que le féminisme radical était bien présent aux Etats-Unis et dans d'autres pays européens (comme l'Allemagne et la France) et quand les écrits des féministes américaines comme S. Firestone³⁴⁵ et Ti-Grace Atkinson³⁴⁶ sont arrivés au Royaume-Uni, leurs réunions ont pris une toute autre tournure. Dans une société bloquée, où le *Labour Party* régnait de manière extrêmement conservatrice, les jeunes socialistes britanniques ont vu la possibilité d'être la voix de toute une génération qui rêvait de renouveau.

Un point intéressant à souligner est le fait que les militantes ouvrières, issues des classes sociales les plus populaires, ont eu pour le féminisme britannique un rôle équivalent à celui que les manifestations pour le *Black Power* ont eu pour le féminisme américain. En exprimant leurs difficultés à travers des actions innovatrices, ces deux groupes de militantes ont ouvert la porte à d'autres mouvements et ont inspiré de nouveaux militants venus de différents horizons à se battre ensemble pour la même cause.

La force de l'influence des mouvements féministes américains était clairement ressentie au Royaume-Uni, mais les spécificités de la culture et de la politique britannique ont fait que le féminisme s'est développé et s'est exprimé de manière différente dans les deux pays. Plus conservatrice, plus politisée et plus élitiste, la société britannique n'acceptait pas facilement les changements et, encore moins, les revendications pour des avancées sociales et

³⁴⁴ Bouchier, D. (1983). *The Feminist Challenge : The feminist challenge: the movement for women's liberation in Britain and the USA*. Londres : Macmillan Press. p.69.

³⁴⁵ Firestone, S. (1970). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. NY: Morrow.

³⁴⁶ Radical Feminism and Love » (brochure, 12 avril 1969, journal du Barnard College, traduit sous le titre « Le Féminisme radical et l'amour », dans *Odysée d'une amazone*).

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

économiques. En même temps, une tradition révolutionnaire, protestataire et très socialiste donnait au Royaume-Uni une aptitude à voir le mouvement féministe comme le simple début d'une révolution beaucoup plus générale et plus profonde que la question de la femme³⁴⁷.

De cette manière, les militantes britanniques considéraient que la société de l'époque n'était pas uniquement stratifiée par classe sociale, mais surtout par âge, genre, race et sexualité. Selon elles, il n'était pas dans la « nature » des hommes de dominer les femmes, mais le problème était lié aux comportements sociaux, économiques et culturels répandus par l'idéologie de « la femme parfaite » dans les deux pays.

« La division entre le 'public' et le 'privé' est le meilleur exemple de la façon dont les sources matérielles de pouvoir –comme l'argent et la maison- combinées à une idéologie utopique et stéréotypée pouvait créer une mythologie des genres jamais vue auparavant. »³⁴⁸

Les féministes britanniques savaient qu'il serait impossible de changer tout le système économique et social du pays, c'est pour cela qu'elles ont commencé à travailler main dans la main avec des syndicats travaillistes et des groupes d'extrême gauche pour lutter en faveur des droits et des salaires égaux. Aux critiques que les accusaient de « travailler avec les hommes », les militantes répondaient qu'une femme qui travaillait parmi les hommes pouvait changer beaucoup plus de choses qu'une femme qui ne les côtoyait jamais.

L'une des principales militantes du féminisme radical, S. Firestone³⁴⁹ défendait l'idée que les distinctions de genres basées uniquement sur le sexe biologique étaient omniprésentes dans la vie des femmes. C'est pour cette raison que Firestone et Millett³⁵⁰ ont relancé l'expression « patriarcale » pour définir l'emprise que les hommes avaient sur les femmes ; selon elles, cette emprise était perpétuée par le conditionnement social et culturel des populations américaine et britannique à travers des institutions traditionnelles, comme la religion, la famille et les médias –plus spécifiquement les

³⁴⁷Bouchier, D. (1983). *The Feminist Challenge : The feminist challenge: the movement for women's liberation in Britain and the USA*. Londres : Macmillan Press. p. 62.

³⁴⁸ Macdonald, M. (1995). *Representing Women: myths of femininity in the popular media*. Londres : Edward Arnold Press. p. 47.

³⁴⁹ Op.cit. 345.

³⁵⁰ Millett, K. (1985) [1970]. *Sexual Politics*. Londres: Virago Press.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

magazines féminins. L'économiste Heidi Hartmann³⁵¹ allait encore plus loin dans la conceptualisation de « patriarcale » en défendant l'idée que, même si ce système était certes extrêmement hiérarchique, il était organisé pour et par des hommes et que malgré leurs différences raciales ou sociales, ils seraient restés toujours « unis » dans leur oppression de la femme.

Malgré cela, la principale critique faite aux féministes radicales –américaines et britanniques– était le fait que leur théorie supposait que toutes les femmes souffraient de la même oppression en ignorant leurs différences sociales, raciales, culturelles et religieuses et oubliaient même l'oppression faite par d'autres femmes.

Même si les féministes libérales avaient déjà lancé les discussions autour de la stratification sociale et politique entre les genres, ce sont les militantes radicales qui ont identifié et pointé la cause biologique –reproductive et sexuelle - comme l'origine de l'oppression sur la femme. Néanmoins, le féminisme libéral et le féminisme radical avaient une vision en commun : pour les deux mouvements la principale fonction biologique des femmes était la maternité et leur rôle de mères et de protectrices de la famille faisait partie de la nature des femmes.

Les militantes radicales cherchaient à faire tomber les barrières entre la sphère privée et la sphère politique, leur devise était «le personnel est politique » ; axées sur cette idée, elles ont mis l'accent sur les limites sociales et politiques qui freinaient les femmes dans leur quotidien. Cependant, il semble nécessaire d'attirer l'attention sur le fait qu'en analysant les rôles sociaux des femmes uniquement à travers le déterminisme biologique de leur sexe et de tout ce qu'il impliquait (maternité, soumission, dépendance...), les féministes radicales renforçaient l'idée que le mouvement ne devrait être tenu que par et pour des femmes. Les caractéristiques traditionnellement vues comme « féminines » -comme l'amour, la compassion et la sensibilité - ne pouvaient être ressenties que par les femmes et, de cette manière, excluaient toute participation masculine dans leur mouvement.

La théorie radicale défendait l'idée qu'en réalité les « rôles » de mère et de femme au foyer n'étaient pas le résultat de la « nature biologique » de la femme, mais la construction d'une

³⁵¹ Hartmann, H. 1997. "The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism." In: Nicholson, L. ed. *The Second Wave: A Reader in Feminist Theory*. New York, London: Routledge pp. 97-122

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

vision idéologique des femmes par le caractère patriarcal des sociétés américaine et britannique. Le féminisme radical a mis en lumière les thématiques qui étaient auparavant cachées (même par le féminisme libéral) de la sphère publique, comme la sexualité des femmes, l'orgasme, l'homosexualité ou encore, la violence domestique.

En effet, les idéologies politiques et sociales étaient plus faciles à créer qu'à mettre en action. Le féminisme était une manière plus concrète de développer ces idées-là et les spécificités des cultures américaine et britannique donnaient des stratégies et des visions différentes sur le combat pour les droits de la femme. Le féminisme de deux pays avait des méthodes spécifiques et leurs actions étaient le résultat de ces différences.

Le féminisme égalitaire américain organisait ses campagnes de façon très spécifique. Leur vision fondée sur des changements locaux en vue d'une meilleure adaptation des femmes au système capitaliste était une stratégie qui s'avérait assez efficace. Un quartier populaire avec une population démunie nécessitait des actions bien différentes qu'un quartier aisé doté d'une population ayant des besoins autres que l'aide financière ou matérielle.

Concernant les demandes élémentaires pour les droits des femmes -comme l'égalité salariale et professionnelle, le droit à l'IVG, la fin de la discrimination sexuelle et l'exploitation de l'image stéréotypée de la femme- celles-ci convergeaient pour les féminismes des deux pays. C'était le cas sauf pour des questions plus spécifiques et locales, comme le combat des militantes libérales américaines pour l'adoption de l'ERA (*Equal Rights Amendment*) dans la Constitution du pays, ce qui n'a pas vraiment trouvé d'équivalent au Royaume-Uni.

Les militantes égalitaires préconisaient des actions individuelles ou locales et étaient présentes dans les différents partis politiques américains, leurs actions visaient l'élection de plus en plus de femmes à des postes clés dans les différentes communautés, l'incorporation des demandes féministes dans les projets politiques des divers partis, des actions directes dans les quartiers les plus sensibles (comme la création des centres d'accueil, des cliniques ou des bibliothèques). Néanmoins, la stratégie la plus connue et la plus disséminée des féministes égalitaires était le « bouche à oreille », l'espoir de changer des mentalités et de susciter de nouvelles militantes était la base de leur méthode pour changer la société américaine.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Parallèlement au Royaume-Uni, le féminisme socialiste avait une stratégie et une méthode d'action bien différentes de celles utilisées par le mouvement égalitaire aux Etats-Unis. Avec des manifestations beaucoup plus radicales, combattives et spectaculaires, les militantes britanniques luttèrent pour des causes plus concrètes et immédiates, comme la présence de plus en plus de femmes dans des différents syndicats du pays, la fin de l'exploitation de la main d'œuvre féminine, la gratuité de l'IVG et des méthodes de contraception, ou encore, les questions raciales. Comme une partie intégrante de leur lutte pour la cause féministe, la majorité des militantes socialistes britanniques s'était engagée politiquement, de manière plus au moins locale, dans les syndicats ou dans les groupes d'action organisés par le *Labour Party*.

En fin de compte, les féministes socialistes croyaient que la seule solution pour la question de la femme était une transformation totale et profonde de l'économie et de la société de l'époque. Selon elles, la précondition pour la libération des femmes était l'égalité et l'union de deux genres dans une seule classe sociale et économique, l'assimilation de la femme dans l'univers du travail serait la réponse aux questions surélevées par les féministes.

« La principale source de l'oppression féminine, le capitalisme, ne peut pas être abolie uniquement par la femme, ou par une coalition de femmes de toutes classes sociales. Il faut un effort national et international pour une victoire socialiste, hommes et femmes unis pour une seule cause ! L'homme doit comprendre que dans la hiérarchie des pouvoirs créée par le capitalisme, leur chauvinisme et leur domination est simplement un autre outil pour la conservation de « l'ordre des choses ». ³⁵²

En réalité, les militantes socialistes britanniques et les militantes radicales américaines menaient les mêmes batailles – basées sur une transformation profonde des deux sociétés – et elles employaient presque les mêmes méthodes. Les deux groupes partageaient la même vision sur ce que le mouvement féministe devrait être et faire et grâce à cela les échanges entre les deux groupes étaient assez fréquentes : des militantes américaines allaient souvent à Londres pour guider les britanniques sur leur façon spectaculaire de manifester, tandis que les militantes britanniques traversaient l'océan pour observer et pour apporter une perspective plus politiquement engagée aux féministes américaines.

³⁵²Reed, Evelyn. 1969. *Problems of Women's Liberation*. Pathfinder Press. NY. p. 75.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Pour permettre la totale liberté de parole, la complicité et l'égalité entre les militantes, les deux groupes fondaient leurs mouvements sur des réunions régulières réunissant un petit nombre de participantes, qui prenaient les décisions de manière collective, sans hiérarchie définie. C'est sans doute cet aspect-là qui paraissait tellement attractif aux militantes socialistes britanniques. Un autre avantage de ces petits groupes de parole était le fait que les nouvelles recrues trouvaient plus simple et moins intimidant de participer à ce genre de réunion plutôt qu'à de grandes réunions publiques et impersonnelles. Pouvoir parler de leurs problèmes individuels et comprendre comment les utiliser pour la cause féministe était une délivrance pour ces nouvelles militantes, c'est là que la phrase « le personnel est politique »³⁵³ prenait tout son sens.

« Nous considérons nos expériences individuelles et nos sentiments personnels comme des expériences qui nous unissent et nous lient les unes aux autres. Nous ne pouvons pas compter sur les idéologies déjà existantes car elles sont le résultat de la domination masculine. »³⁵⁴

Ces réunions étaient organisées chez des militantes ou dans des *women's centers*, ouverts aux femmes pour des groupes de parole, d'ateliers ou pour l'organisation des manifestations. Le premier de ces centres d'accueil a vu le jour à Londres en 1969 et en 1973 ils étaient cinq à la capitale et plusieurs dans d'autres grandes villes britanniques, comme Bristol, Lancaster, Cardiff et Edinbourg. Aux Etats-Unis ces groupes étaient encore plus nombreux, ils étaient des dizaines, dans les grandes villes du pays, comme New York, San Francisco et Los Angeles.

Les groupes de parole étaient généralement composés d'une douzaine de femmes, âgées d'une vingtaine ou une trentaine d'années, employées à temps partiel ou à temps complet, lesbiennes, divorcées, célibataires ou insatisfaites de leurs mariages, sans enfants ou avec des enfants en bas âge. Elles se réunissaient de manière très informelle, discutaient, mangeaient, buvaient du thé et fumaient dans une ambiance très chaleureuse et accueillante, ce qui attirait de plus en plus de nouvelles militantes en quête de réponses à leurs questions.

³⁵³ *Redstockings Manifesto*. 1969.

³⁵⁴ *Ibid.* p.354.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Cette organisation très spontanée et libre de toute hiérarchie, en dehors du système politique britannique traditionnel, donnait au mouvement féministe du pays un caractère plus « clandestin » que le féminisme américain, un mouvement plus présent dans les grands débats politiques et législatifs du pays. Le féminisme britannique s'est développé de manière très naturelle et graduelle, sans beaucoup de ressources financières et sans leadership défini. La théorie (socialiste) et la pratique étaient organisées très spontanément, avec beaucoup d'énergie et d'enthousiasme, avec le sentiment où tout était possible.

Les militantes radicales américaines et socialistes britanniques avaient les mêmes quatre demandes fondamentales pour la libération de la femme.

1. Salaire égal pour un travail égal
2. Egalité d'opportunité et d'éducation
3. Légalisation de l'IVG et gratuité de la contraception
4. Centres d'accueil infantile gratuits et ouverts 24 heures sur 24

Aux Etats-Unis, une grande manifestation fut organisée en Aout 1970 par les féministes égalitaires du NOW en coalition avec divers groupes du mouvement radical pour célébrer les cinquante ans du féminisme américain. Pour montrer la puissance du mouvement, les militantes ont coordonné une grève nationale des femmes et une énorme marche à pied qui réunissait plus de cinquante mille femmes dans les rues de New York. Leur slogan était « Ne cuisinez pas, affamez un rat aujourd'hui ! » et de dizaines d'autres manifestations ont eu lieu au même moment dans des autres grandes villes américaines.

En voyant le succès des actions menées par les militantes de l'autre cote de l'Atlantique, la première manifestation pour les quatre demandes du féminisme socialiste au Royaume-Uni fut organisée en Mars 1971 à Londres. Des centaines de femmes, hommes et enfants ont bravé les températures glaciales pour marcher de *Hyde Park* à *Trafalgar Square* et présenter une pétition au Premier Ministre, Edward Heath. Cette action a eu une grande couverture médiatique et les groupes de paroles londoniens sont passés de seize à soixante-six dans les semaines qui ont suivi la manifestation.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Néanmoins, aucun mouvement n'apportera pas de changements tant que son message n'a pas été entendu et compris par trois publics cruciaux : les élites politiques, qui ont le pouvoir de provoquer de vrais changements, les médias, qui présentent les mouvements au grand public, et les nouvelles militantes, qui continueront et développeront le mouvement. Comme deux de ces trois cercles (les élites politiques et les médias) étaient contrôlés par des hommes, les questions défendues et réclamées par les populations relevant de « minorités » (que cela soit pour des causes sociales, raciales, politiques ou de genre) étaient souvent oubliées et évincées des grands débats nationaux. Le mouvement féministe n'a été écouté et remarqué aux Etats-Unis et au Royaume-Uni que par son caractère populaire et rassembleur, sa méthode d'action et la combativité de ses militantes ne pouvaient pas laisser le féminisme passer inaperçu.

L'intérêt que la presse avait sur le féminisme ne faisait qu'augmenter -et cela depuis les années 1950- mais à partir de la fin des années 1960 le traitement médiatique des actions menées par le mouvement était de plus en plus enflammé.

Comme résultat, une autre différence marquante entre le féminisme américain et le féminisme britannique était la façon avec laquelle les deux mouvements approchaient les médias et travaillaient avec eux. Alors qu'aux Etats-Unis beaucoup de militantes connaissaient le fonctionnement des publications et utilisaient même ces plateformes pour divulguer leurs actions et leurs revendications, au Royaume-Uni les féministes ne s'intéressaient pas vraiment à la façon d'utiliser ou à être présentes dans les médias, elles sous-estimaient l'importance du rôle que les magazines pouvaient avoir dans la construction de l'opinion publique.

En conséquence, le féminisme américain avait le soutien de beaucoup de personnalités publiques qui jouaient souvent le rôle de porte-parole du mouvement, ce qui attirait de plus en plus l'attention sur les questions féministes. De leur côté, les militantes britanniques refusaient toutes sortes de hiérarchie au sein du groupe, elles privilégiaient une organisation communautaire sans leadership distinct. En plus, elles n'avaient pas de véritable plateforme de communication ou de propagande à l'extérieur de Londres, ce qui expliquait pourquoi les revendications féministes étaient beaucoup moins présentes dans la presse britannique que dans la presse américaine.

Les militantes égalitaires avaient tendance à pointer les « coupables » de manière isolée, comme certains programmes de télévision, publicités ou magazines féminins de façon très

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

spécifique et ponctuelle. Leurs revendications ne changeaient en rien le système médiatique des Etats-Unis, l'image de la femme continuait à être représentée de façon stéréotypée et idéalisée.

« Se plaindre uniquement que l'image de la femme représentée par les médias ne correspond pas à la réalité ne va pas changer les choses. En plus, présumer qu'il existe une seule réalité ou que toutes les femmes partagent les mêmes réalités, ne peut pas être considéré comme véritablement légitime (...) beaucoup de femmes s'identifient à ces images et leur diversité ne peut pas être négligée. »³⁵⁵

En même temps, les relations entre les féministes socialistes britanniques et les médias se résumaient principalement à des actions contre la pornographie, les publicités et les magazines qui véhiculaient une image sexualisée et objectivée des femmes.

« C'est comme si la sexualité et le corps des femmes pouvaient se définir sans prendre en compte ni leurs personnalités ni leurs esprits. Les parties sexuelles d'une femme ne peuvent pas représenter tout son être, toute son essence. »³⁵⁶

Le féminisme socialiste considérait que la presse était un outil essentiel pour la diffusion de la culture et de l'idéologie patriarcale et, de cette manière, voyait les représentations de la femme comme un autre moyen de renforcement du pouvoir masculin.

Le plus intéressant néanmoins, n'était pas *comment* les femmes étaient représentées par les magazines féminins, mais ce *que* disaient les articles et les images. Comme déjà vu, Marjorie Ferguson³⁵⁷ affirmait que la presse féminine dictait à ses lectrices comment penser et comment gérer leurs familles et leurs maris ; Naomi Wolf³⁵⁸ va plus loin et décrit la presse féminine comme une insulte au féminisme et comme l'un des principaux instruments de renforcement du pouvoir masculin et de la façon avec laquelle les femmes se voyaient elles-mêmes.

³⁵⁵ Van Zoonen, L. 1992. "The Women's Movement and the media: Constructing a public identity," *European Journal of Communication* 7(4), pp. 453-476.

³⁵⁶ Bartk, Sandra Lee. 1990. *Femininity and Domination: Studies in the Phenomenology of Oppression*. Psychology Press. Chicago, Ill.

³⁵⁷ Ferguson, Marjorie. 1983. *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Heinemann, London. p.2.

³⁵⁸ Wolf, N.aomi. 1991. *The Beauty Myth*. London: Vintage Publishers. London.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Les images dans les magazines féminins sont contradictoires et ne représentent pas les changements dans la condition de la femme (...) la femme est en même temps hypersexuelle et asexuelle, passive et hystérique, aimante et sadique, domestique et ambitieuse, conformiste et révolutionnaire, féminine et féministe ». ³⁵⁹

Même si les images et les stéréotypes sont des outils indispensables pour une étude de la presse, il semble évident que l'analyse des messages et des idéologies subliminales reste la partie la plus révélatrice d'un tel outil³⁶⁰. Cependant, il est important de se rappeler que ces représentations et ces messages étaient le résultat d'un contexte économique, social et culturel bien spécifique à une époque, et que la presse féminine avait une place essentielle dans les cultures américaine et britannique. Son impact sur la réalité des femmes était, et est toujours, sujet de débats : Marian Meyers³⁶¹ défend l'idée que la diversité des représentations et des messages diffusés par les magazines féminins permettrait une interprétation personnalisée et propre à chaque lectrice, une vision bien différente de celle proposée par Tuchman³⁶², qui voyait la presse féminine comme une force assez puissante pour annihiler les femmes.

« La presse diffuse une image de la femme très contradictoire : ces images sont fracturées, inconsistantes, partagées entre une vision mysogine et féministe »³⁶³

Ces idées, en tout cas, sont bien rassemblées dans le postulat «féministe», pour lequel toute femme serait victime de l'influence des médias dans les processus d'identification, de comparaison sociale ou dans l'acquisition et le maintien de l'estime de soi. A partir la publication, en 1963, de *La femme mystifiée* de Betty Friedan, un mouvement critique à l'égard des médias se développe aux États-Unis. Celui-ci n'était pas seulement engagé dans la lutte pour l'égalité des droits pour les femmes, mais également dans un conflit symbolique concernant les définitions de la «féminité» et de la «masculinité». Comme résultat, les médias

³⁵⁹ Meyers, M. (1999). *Mediated Women: Representations in Popular Culture*. NY : Cresskill. Hampton Press. p.12.

³⁶⁰ Macdonald, M. (1995). *Representing Women: myths of femininity in the popular media*. Londres : Edward Arnold Press. p.17.

³⁶¹ Op.cit. 345.

³⁶² Tuchman, G. (1978). *Making News: A Study of the Construction of Reality*. NY :The Free Press.

³⁶³ Op.cit. 345.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

étaient présentés comme l'un des vecteurs les plus influents de la transmission des codes et des idéologies traditionnelles.

Les aspects les plus abordés dans les analyses de contenu entreprises par la critique féministe des médias étaient les représentations « inégales » des rôles de genre, l'invisibilité des femmes dans les médias, et l'exploitation de l'image de la femme³⁶⁴. Les médias étaient toujours considérés comme un des vecteurs influents de la transmission des rôles de genre, à travers des images stéréotypées mais sans mention des éléments contre-stéréotypés pourtant présents. Ces stéréotypes seraient responsables non seulement du maintien d'une image dévalorisante et incomplète de la femme, mais aussi d'une influence néfaste sur les comportements associés aux rôles de genre. La manière dont ces médias traitent les femmes serait, d'après les chercheurs de la critique féministe des médias, stéréotypée et réductrice.

La presse féminine représentait l'un des produits médiatiques les plus dénoncés par la critique féministe, sans doute en raison de la très grande popularité dont elle bénéficiait auprès des femmes et en raison des innombrables représentations, images et modèles féminins qui y étaient associés.

« Les magazines féminins représentent l'une des institutions sociales les plus importantes de notre temps [...] ces magazines contribuent à la construction de l'image de soi de la femme et de l'image sociale de la femme. »³⁶⁵

Néanmoins, il est essentiel de se rappeler que la réception de ce type de presse ne se produit pas dans un vide psycho-social, elle est régie fondamentalement par des déterminants psychologiques de personnalité, en interaction avec des facteurs socioculturels. Les lectrices interprètent et absorbent les significations et messages qui les intéressent le plus comme tout lecteur en réception.³⁶⁶

³⁶⁴ Steeves, L. H. (1987). Feminist theory and media studies. *Critical Studies in Mass Communication*, 4(2), p.95-135.

³⁶⁵ Ferguson, M. (1983). *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres: Heinemann, p.2.

³⁶⁶ Chabrol, C. (2007). Catégorisation de genre et stéréotypage: du procès des médias aux processus socio-médiatiques. In H. Boyer (éd.), *Stéréotypage, stéréotypes: fonctionnements ordinaires et mises en scène, t. 1: Média(tisation)s* (pp.61-72). Paris: L'Harmattan.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

3.3. Les magazines et le féminisme

Comme déjà vu précédemment, le mouvement féministe américain occupait une place beaucoup plus importante dans la presse que le mouvement britannique. Aux Etats-Unis, les groupes féministes (spécialement NOW et WITCH) avaient une relation de proximité avec la presse –qu'elle soit positive ou négative- et organisaient souvent leur actions en fonction des couvertures médiatiques. En contrepartie, les groupes féministes britanniques étaient moins organisés et plus fragmentés, ce qui leur donnait un aspect plus marginal et moins populaire. Les militantes britanniques, au contraire des américaines, ne s'intéressaient pas à la presse et à l'impact qu'elle pouvait avoir sur leur mouvement.

Ainsi, les différentes approches que les deux mouvements avaient en relation à la presse –aux magazines féminins plus spécifiquement dans le cas présent- reflétaient le traitement que ces publications donnaient à la cause féministe. Pendant que les magazines américains parlaient d'un « mouvement des femmes », la presse britannique citait des « femmes féministes » de manière individuelle et isolée : des exemples comme les articles « Le mouvement féministe aujourd'hui »³⁶⁷ et « Elle veut bruler son soutien-gorge »³⁶⁸ montraient à quel point la presse féminine des deux pays traitait différemment le même mouvement.

Pour la plupart des féministes –américaines et britanniques- cet intérêt frénétique des médias était contradictoire. D'un côté, c'était aussi grâce à la couverture médiatique que leur mouvement a pu se développer autant et traverser les océans ; de l'autre côté, la généralisation et les critiques faites par la presse ne représentaient pas vraiment les réelles intentions des militantes et déformaient l'identité et la crédibilité du mouvement.

Selon Angela McRobbie³⁶⁹ et Rosalind Gill³⁷⁰ les contenus des magazines féminins américains et britanniques ont évolué pendant les années 1960, d'une vision romantique et utopique du quotidien de ses lectrices vers une vision plus crue et plus sexuelle de la vie des

³⁶⁷ *McCalls*, 15 Novembre 1974, NY

³⁶⁸ *Housewife*, 1^{er} Avril 1970, Londres

³⁶⁹ McRobbie, A. (1991). *Feminism and youth culture: from 'Jackie' to 'Just seventeen'*. Hampshire : Macmillan,

³⁷⁰ Gill, R. (2007). *Gender and the Media*. Cambridge : Polity Press.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

femmes. McRobbie démontre une approche plus réaliste de la presse féminine britannique, avec la sexualité féminine de plus en plus au centre des discussions. En même temps aux Etats-Unis, Gill attribue à la cause féministe l'inclusion des images et des articles qui valorisaient une femme américaine plus sexuelle, plus confiante et moins soumise.

Considérés par beaucoup de spécialistes –tels que McRobbie et Tuchman- comme un puissant vecteur de l'idéologie « de la femme parfaite », les magazines féminins n'étaient pas vus uniquement comme un instrument de divertissement pour les moments de détente. Pendant les années 1960 la presse féminine a souffert d'une réputation assez malsaine aux Etats-Unis ainsi qu'au Royaume-Uni, ces publications étaient considérées comme un instrument qui cherchait à « dominer » et à « emprisonner » les femmes. D'autres scientifiques n'avaient pas une vision aussi pessimiste des magazines féminins, Janice Winship³⁷¹ et Anna Gough-Yates³⁷² par exemple, pensaient que la presse pouvait susciter des débats autour de la place de la femme dans les sociétés américaine et britannique et que le combat féministe avait de plus en plus sa place dans ces publications.

Un facteur très intéressant était le fait que dans les deux pays, même si traité à partir de multiples optiques, le mouvement féministe était la cible de critiques positives *et* négatives en même temps. Dans une seule parution, des articles pouvaient décrire les militantes comme des « inutiles », « hystériques » ou encore comme des « bourgeoises inoccupées » ; tandis que dans les pages suivantes ces mêmes féministes allaient être acclamées et considérées comme des « héroïnes ». Cela prouvait que les Etats-Unis *et* le Royaume-Uni ne savaient pas comment traiter le mouvement des femmes, les débats étaient présents dans presque chaque parution des magazines féminins des deux pays pendant les années 1960 et 1970³⁷³.

Malgré cela, selon J. Winship, la presse féminine des deux pays avait plus tendance à critiquer le mouvement et ses militantes. Des articles aux titres contestables étaient de plus en plus présents dans les parutions – « Les féministes détestent les hommes et les enfants »³⁷⁴ ou

³⁷¹ Winship, J. (1987). *Inside Women's Magazines*. NY : Pandora.

³⁷² Gough-Yates, A. (2003). *Understanding Women's Magazines: Publishing, Marh Readerships*. Londres : Routledge.

³⁷³ Hartmann, H. (1997). The Unhappy Marriage of Marxism and Feminism. In: Nicholson, L. ed. *The Second Wave: A Reader in Feminist Theory*. London: Routledge p.251.

³⁷⁴ *Good Housekeeping*, Mars 1968.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

encore « La fraternité féministe est puissante, mais n'est pas omniprésente ».³⁷⁵ Le mouvement féministe était souvent ridiculisé, minimisé et sous-estimé et, dans la presse britannique, les militantes américaines étaient représentées comme l'exemple à surtout ne pas suivre.

Des articles, des lettres de lectrices, des éditoriaux et même des journalistes invités suivaient cette même politique d'humiliation des militantes féministes mais, comme pointé par Winship encore, aucune de ces critiques n'étaient faite par des personnes issues des classes ouvrières. En effet, les critiques les plus féroces étaient faites par des hommes –et des femmes- de pouvoir.

De cette manière, en excluant les voix qui défendaient et valorisaient les mouvements féministes américain et britannique, la presse des deux pays créait l'impression que les combats des militantes étaient anodins et sans importance. Comme résultat, les lectrices plus naïves et manipulables ne s'intéressaient absolument pas au mouvement, tandis que celles qui avaient une perception plus réelle et plus critique des deux sociétés pouvaient développer un vrai intérêt par la cause féministe.

L'amalgame entre presse féminine et presse féministe était assez fréquent. Les distinguer apparaissait pourtant nécessaire car lorsque la presse féminine était commerciale, attachée aux valeurs de la société de consommation et à une image traditionnelle de la femme, les publications féministes privilégiaient l'analyse politique et combattaient l'image de « la femme parfaite ».

Dans sa parution de janvier 1957, le magazine *Ladies' Home Journal* publiait un article intitulé « Mais qui va bien vouloir épouser ma fille ? » Il consistait en un test interactif, grâce auquel les mères pouvaient découvrir si leur fille serait un jour « bonne à marier ». Les questions de tels tests étaient très claires : « Accepterait-elle n'importe quel rendez-vous galant? », « Est-elle du genre à jouer avec les garçons? », « Refuse-t-elle parfois d'aller à l'Église ? », « Perd-elle souvent son sang-froid en famille ? », « Lui arrive-t-il de faire la fête ? ».

³⁷⁵ *My Home*, Novembre 1965.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Dans les années 60, ce même magazine proposait une rubrique régulière, «Ce mariage est-il condamné ?», dans laquelle le Dr. William Zehv, thérapeute, comparait les problèmes de plusieurs couples. D'abord, la femme exposait sa version des faits, puis c'était au tour de l'homme, après quoi le spécialiste prononçait son diagnostic et racontait aux lectrices la morale de l'histoire et les leçons à en tirer. Dans le numéro de Janvier 1964, Vera, 28 ans, racontait que son mari Thad la trompait et mentait constamment : recalé en faculté de médecine, il a réclamé un poste d'agent d'assurances au père de sa maîtresse. Mis face à ses mensonges, Thad non seulement a tout nié, mais refusait de divorcer et continuait de tromper sa femme en cachette.

Pour le Dr. Zehv, rien de très grave: si Thad mentait, c'est parce qu'il a eu une enfance difficile. « La mère de Thad lui a inculqué qu'un homme, un vrai, n'admet jamais ses erreurs, ses faiblesses ou son ignorance, dans quelque domaine que ce soit. Elle lui a appris à considérer l'échec comme une calamité. Il a menti à sa mère toute sa vie, donc il fait pareil avec sa femme. » Son conseil ? Faire l'amour plus souvent. « Ils ont parlé à cœur ouvert de leurs problèmes sexuels, ils m'ont écouté, puis ont fini par aller mieux. Leurs accouplements ont gagné en qualité comme en quantité. » Comme résultat de leur thérapie, ils ont eu un bébé, remède miracle pour tout ménage en péril. Six semaines plus tard, le couple revenait voir le Dr Zehv avec leur nourrisson : «J'étais très fier. Leur visage radieux, c'était la promesse d'un mariage durable.»

A partir des années 1960 la presse féminine dans les deux pays connaissait une période de crise, les lectrices avaient changé et leurs intérêts aussi : les magazines étaient de plus en plus « spécialisés » -revues pour les femmes noires, pour les adolescentes, pour les amatrices de mode ou encore, pour les mères- et les magazines dites « généralistes » (comme ceux analysés dans cette étude) étaient obligés de s'adapter à une « nouvelle femme ». Néanmoins, la majorité des lectrices américaines et britanniques n'était plus la même que pendant les années 1950, elle était critique, consciente, politisée et surtout, féministe.

Les revendications féministes et leurs discussions ne trouvaient pas forcément une vraie place dans la presse féminine traditionnelle, de plus en plus de militantes s'organisaient pour fonder leurs propres publications. Aux Etats-Unis comme au Royaume-Uni, des magazines féministes étaient lancés et leur objectif était bien clair : détrôner la presse féminine et faire de leurs lectrices de véritables militantes pour le mouvement.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Les magazines *Spare Rib* et *Ms* ont été sélectionnés car ils étaient les magazines féministes les plus lus du Royaume-Uni et des Etats-Unis, respectivement. Néanmoins, quelques différences essentielles éditoriales, esthétiques et politiques distinguaient les deux publications.

Spare Rib a été fondé à Londres, en 1972 par Rosie Boycott et Marsha Rowe, qui avaient travaillé auparavant dans la presse dite « alternative » mais qui l'ont quitté à cause du sexisme qui régnait dans le milieu. Après une première année en suivant un modèle éditorialiste « traditionnel », le magazine passa à une création « collective » entre les différentes éditorialistes et journalistes et cela a duré jusqu'à la dernière année du magazine en 1992.

« Ce magazine mensuel a été forgé par le mouvement féministe. *Spare Rib* présentait des débats féministes et d'autres rôles pour les femmes. A l'opposé des magazines féminins traditionnels, il était radical, anticapitaliste, sans publicité et géré par un système éditorialiste collectif. »³⁷⁶

Boycott et Rowe voulaient créer un magazine fait *par* des femmes, *pour* les femmes. Un magazine différent, qui n'exploitait pas l'idéologie de la « femme parfaite » pour augmenter son tirage mensuel, mais qui valorisait et incitait ses lectrices à questionner les modèles culturels et à chercher leur propre voie. Une alternative à la presse féminine traditionnelle, fondée uniquement sur le côté « frivole et enfantin » des femmes, et qui n'abordait que des sujets sur la maison, la cuisine, le mariage ou les enfants. L'objectif principal de *Spare Rib* était d'atteindre des femmes de tous âges, de toutes classes sociales, de toutes races ou conviction politique.

La création du magazine était le résultat de la prise de conscience collective des Britanniques, au milieu des années 1960, que les femmes n'acceptaient plus d'être traitées uniquement comme des « femmes au foyer », d'être moins payées que les hommes et de ne pas participer à la vie active du pays. Celles qui travaillaient en dehors de la maison avaient le choix de faire grève pour démontrer leur insatisfaction, mais celles qui passaient leurs journées à nettoyer la maison et à courir derrière les enfants n'avaient pas de moyens « visibles » de manifester cette lassitude. *Spare Rib* était le principal outil des féministes dans leur combat contre les

³⁷⁶ Chambers, D. (2014). Context and Developments in Women's Magazines dans Conboy, M et Steel, J. *The Routledge Companion to British Media History*. Abingdon : Routledge. p. 285-296.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

stéréotypes et l'exploitation des femmes dans les années 1960. Irrévérencieux, plein d'humour et marquant par ses couvertures tape-à-l'œil, le magazine tentait à l'époque d'élever et de diversifier les débats sur le féminisme, mais aussi sur le traitement des minorités en général.

Le magazine était la seule publication féministe britannique à atteindre le grand public-jusqu'à trente-cinq mille tirages par mois à son apogée³⁷⁷- et pour cela son influence dans la représentation du mouvement était immense. Dans ses débuts, *Spare Rib* avait comme objectif de recruter et de rassembler de plus en plus de nouvelles militantes et pour cela son caractère radical a été adouci, des articles et des lettres écrites par des hommes étaient publiés régulièrement et même quelques sujets plus « conservateurs » -comme la mode et la cuisine-avaient été traités. Néanmoins, à partir de 1974 le magazine assumait complètement son aspect militant et révolutionnaire, même si certaines féministes jugeaient que les journalistes ne tranchaient pas assez en ce qui concernait les sujets plus « polémiques » du mouvement, comme l'orientation sexuelle des militantes ou encore le débat sur la rémunération des tâches ménagères. Cela était, en réalité, un choix volontaire du magazine. En effet, l'équipe éditoriale préférait représenter des idées parfois plus judicieuses pour éviter de créer encore plus de divisions parmi les féministes et que le mouvement soit pris en otage par des critiques de plus en plus virulentes.

A la fin des années 1960, alors que le mouvement féministe britannique se développait de plus en plus, le magazine devint un miroir des débats et des différences entre tous ces groupes : les féministes socialistes, radicales, lesbiennes ou encore, noires. Les journalistes traitaient des sujets variés et qui étaient en réel accord avec le quotidien de leurs lectrices : sexualité, racisme, santé, travail et l'agenda des manifestations prévues dans le mois en question. Selon l'une des créatrices du magazine, Marsha Rowe, le stylisme unique de *Spare Rib* était une nécessité : la publication devait garder une allure de « magazine féminin » mais en même temps, rejeter les stéréotypes et les images sexistes de la femme. Les couvertures étaient souvent controversées, l'objectif était de garder l'aspect réconfortant d'un magazine et de lui associer avec un côté novateur et militant. Les artistes et photographes de l'époque voulaient tous créer la nouvelle couverture de *Spare Rib*, le magazine intéressait de plus en

³⁷⁷ Bouchier, David. 1983. *The Feminist Challenge : The feminist challenge: the movement for women's liberation in Britain and the USA*. Macmillan Press. Londres. p.101.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

plus d'artistes qui cherchaient un moyen d'exposer leur art et leurs visions de la vie et de la culture britannique.

Son premier numéro a été publié en Juin 1972 et sa première page était une longue lettre de la part des éditorialistes qui expliquait aux lectrices ce qu'était une « femme libérée », une longue réponse à ceux qui ne croyaient pas à leur projet « fou ». Des articles sur l'histoire du féminisme britannique partageaient les pages avec des articles sur comment prendre soin de ses cheveux à domicile, ou encore, sur comment monter un meuble sans l'aide d'un homme. En effet, *Spare Rib* essayait d'être le mélange parfait entre des sujets féminins, féministes et d'actualité. Comme *Ms*, le magazine adaptait les rubriques dites « traditionnellement féminines » à leurs lectrices, les articles, les photos et les publicités sur la beauté, la maison et le mariage étaient beaucoup plus critiques, véridiques et ironiques.

Dans une section appelée « le monde des hommes », les journalistes George Best et John Peel révélèrent le point de vue masculin sur le mouvement féministe et, dans ce qui allait devenir la rubrique la plus lue du magazine, des grands noms du féminisme mondial donnaient leur avis sur des différents sujets de l'actualité : Betty Friednan, Kate Millet, ou encore, Germaine Greer.

La couverture du premier *Spare Rib*, Juin 1972 :

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »



« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Et voici la première page de cette première parution de Juin 1972 :

spare Rib

THE ALTERNATIVE WOMEN'S NEWS MAGAZINE

The concept of Women's Liberation is widely misunderstood, feared and ridiculed. Many women remain isolated and unhappy.

We want to publish Spare RIB to try and change this.

We believe that women's liberation is of vital importance to women now and, intrinsically, to the future of our society.

Spare RIB will reach out to all women, cutting across material, economic and class barriers, to approach them as individuals in their own right.

The existing women's magazines:

- (1) Treat women as passive, dependent, conformist, incapable of critical thought.
- (2) Confine women to their traditional role of girl friend, housewife and mother.
- (3) Glorify the female sexual function by promoting it as the ultimate aim for a woman which she achieves by continually competing against other women.
- (4) Ignore the fact that women share a common frustration — that they have complex needs which home and family, love and children, cannot adequately fulfill.
- (5) Manipulate women's emotions by persuading them that being a better consumer will solve everything.

Spare RIB will be the first national women's magazine to aim at achieving collective, realistic solutions to women's problems, to involve women in discussing how we can contribute originally and effectively to society and consciously avoid being elitist and thereby alienating. We do not believe that we can do this by pushing a strongly political line, by discussing the obscure dialectics of liberation, or by necessarily avoiding humour.

Spare RIB will be a 48-page news magazine published monthly at 15p per copy. It will have a 2-colour cover, black and white inside pages occasionally with spot colour, an 8-page news section in the centre printed on coloured paper, and great attention to visual appeal with beautiful and powerful photographs.

The women on Spare RIB are:

Editorial: Rosie Boycott and Marsha Rowe

Business: Pat Bell

Art: Kate Hepburn and Sally Doust

We do not intend to have a hierarchical structure but do realise that certain functions need to be the responsibility of the person with that specific experience. There are a vast number of women — regional contributors, journalists, photographers, writers — already enthusiastic and committed to help. These women will be involved on all levels of the magazine. We want to both encourage other women to express their ideas and give a wider opportunity for publication of their work.

Spare RIB will be distributed nationally by Seymour Press (Smiths, John Menzies) and compete with existing commercial magazines although we shall operate on an exciting, alternative work basis.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Ce premier numéro n'a vendu que vingt mille exemplaires et cela surtout parmi les militantes le plus radicales et les groupes organisés et très actifs dans le mouvement féministe britannique. Son objectif principal était de représenter d'autres images de la femme, de montrer aux lectrices que leur rôle de « mères » et de « femmes au foyer » pouvaient ne pas résumer toute leur existence. Le nom du magazine a surgi de cette idée d'indépendance féminine, le terme *Rib* était une référence biblique à la création de la femme à partir de la côte d'Adam.

« L'idée de l'émancipation de la femme est toujours mal comprise et ridiculisée. Beaucoup de femmes sont isolées et déprimées dans leurs maisons, c'est pour elles que nous créons *Spare Rib*. Nous pensons que l'émancipation des femmes est vitale pour le futur de nos sociétés. Notre magazine va parler à toutes les femmes, franchissant toutes les barrières sociales, raciales et économiques. Nous voulons parler à chaque lectrice, à chaque femme. »³⁷⁸

Un an plus tard, dans sa parution d'anniversaire en Juin 1973, *Spare Rib* rappelait à ses lectrices à quel point le magazine jouait un rôle important dans le combat féministe britannique et critiquait la presse féminine en général pour avoir « manipulé et caché » la réalité des femmes depuis tellement longtemps. A partir de ce mois-là le magazine ajouta des articles sur des sujets plus variés et plus scientifiques, comme le droit, la santé, l'éducation ou la psychologie.

En 1975, après une décision collective et unanime, *Spare Rib* a cassé toutes les barrières entre les journalistes et leurs lectrices : des pages et des pages de lettres, d'éditoriaux, des échanges directs avec les femmes –et les hommes- qui lisaient le magazine, lui donnaient un caractère très militant et très participatif dans les actions menées par les mouvements féministes.

Ce changement a suscité des réactions assez hostiles de la part d'une minorité de lectrices, qui accusait le magazine d'être devenu trop radical et « déprimant ». Comme réponse, les deux parutions des mois d'Avril et Mai 1975 expliquaient que l'objectif n'était pas de tomber dans le radicalisme mais de dénoncer l'exploitation des femmes et la nécessité impérieuse de changer les systèmes politique, économique et culturel du Royaume-Uni.

³⁷⁸ "Facsimile of *Spare Rib* manifesto". The British Library. Consulté le 13 Décembre 2017.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Voici les éditoriaux des parutions d'Avril et Mai 1975 :

EDITORIAL

“Why is your magazine so depressing?”

Ann Scott answers the most frequently-asked questions about *Spare Rib*.

What do you mean by a “women’s liberation magazine”?

By calling *Spare Rib* a women’s liberation magazine, we aren’t saying that women will achieve liberation through reading this magazine, or reading any piece of women’s movement literature alone. *Spare Rib* forms a part of women’s struggle for redefinition of their lives. The magazine gives women who are involved in women’s liberation one way of reaching out to women who would otherwise have no access to the movement. We are confronting the media image of women’s liberation, of bra-burning and test-tube babies, on its own ground. We are fighting the media with media of our own.

Spare Rib reflects the actions and concerns of the women’s liberation movement. The magazine supports the movement’s six demands: for equal pay; free nurseries for all; free abortion and contraception on demand; equal education and job opportunities; an end to discrimination against lesbians and the right to a self-defined sexuality; and legal and financial independence.

The magazine gives women the opportunity to describe and analyse their experiences in their own words. It attempts to show us how women up and down the country are thinking, feeling, changing and organising at work, in trade unions, with kids, at school, at home, in bed.

Spare Rib also exists as a notice board. Women can enquire about women’s groups in their area; suggest ideas or actions and give their name and address as a contact; or use information about day care facilities in one area, for example, to bring pressure onto their own local authority.

But Spare Rib is so depressing to read. All the articles are about being in prison, or being anorexic, or not being able to have orgasms, or not getting equal pay. I read magazines to get away from all that.

Supposing you’ve had anorexia and done time for shoplifting. You’re not getting equal pay in your job. You can’t make ends meet on your wage and you can’t do overtime because you’ve got to cook the supper. You’re too tired to make love.

You’d like to get sterilised but the hospital says No.

Women’s magazines encourage you to sink your unease in a photo of the ostrich stole which gives Bianca Jagger the flair to get through that self-conscious moment when she arrives at a party. You learn that David Hemmings wears forever-increased beige slimline jeans. You wander into a fictional world of emotionally exploding operating theatres where women drop scalpels because Doctor Love has returned as a world-famous lung surgeon.

There is momentary optimism in the escape, and a sense of what might happen to you if you just hang on a bit longer. But the escapism has also helped to perpetuate women’s isolation as housewives, and their exploitation as underpaid, undervalued workers outside the home. Imagine all the women who read magazines “to get away from all that”.

It’s considered a sign of personal failure in this society to feel, let alone say that life is depressing. We once got a letter at the magazine which showed this in a most direct way: “I have been led into believing I am crazy because I find life so difficult in a male orientated world. Then I read your magazine and I find I am right — life is hard, bloody hard. But the knowledge I am not alone and not crazy, makes me feel so much better and stronger.”

Women’s liberation questions our inheritance of guilt and enables us to explore what is shared in our situation as women. “Exploring what is shared” is not an abstract statement but a first step towards shaping a social movement through which we can organise together as women.

There is excitement, passion and humour in *Spare Rib* as well as depression. Women have successfully struck for equal pay. Women have confronted the sexist attitudes of doctors and psychiatrists. Women have brought wife-battering into the open with Women’s Aid centres. Confidence can grow through example.

I can see that life is hard. But why are you so anti men? You seem to think that sex war is a good thing.

Spare Rib is not anti men but anti the subordination of women as a sex. It’s not anti men to say that women will only be freed of their total responsibility for child care when a system of universal state-financed child care enables women at least

to choose whether they want to spend time bringing up kids.

Spare Rib is opposed to the stereotyping of female and male into feminine and masculine. Femininity requires passivity and self-effacement. Masculinity requires virility, aggression, and dominance in sexual relationships. These stereotypes can be maintained only when neither is challenged. Both sexes are constrained by the social definition of their roles.

We think other women’s magazines manifest more of an anti men tendency than *Spare Rib*. However their man-hating is inexplicit. They assume that men are bastards and charlatans who will always leave women. But they also assume a heterosexual norm and endorse a conventional femininity. Being resigned to the seeming necessity of female wiles, ruses and deviousness in love affairs implies manipulative tactics on the part of women as well as men. Sex war is thus created and refined through a sophisticated set of techniques for individual survival.

But what have lesbians got to do with women’s liberation?

Homosexuality exists as a socially outlawed form of human sexuality but lesbians have been hidden in a particular way. The belief that lesbianism doesn’t exist is part of the belief that women are not sexual beings. However lesbians are also feared because their existence and their emerging solidarity as women undermine the sanctity and security of the family structure as we know it today. Society takes its revenge in many ways. Gay women experience harassment and persecution at the hands of GPs, psychiatrists, the divorce courts, and sometimes their husbands.

But even within Gay Liberation lesbians have needed to organise specifically as gay women, not just as gays. The International Congress on Gay Rights, held last December in Edinburgh, was censured by lesbians for its male bias. Lesbians have also criticised *Spare Rib* for its heterosexual orientation.

We think that women have a right to define their own sexuality. We know that our lives are much more varied than they are assumed — or allowed — to be.

The second part of this editorial follows next month.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

EDITORIAL PART 2

“Why is your magazine

Ann Scott answers more of the questions about *Spare Rib* that are most frequently asked.

You're always talking about political change – why? Why can't that be left to people in power?

We think that politics is not just about elections or what politicians do at Westminster. A political understanding of society is more comprehensive than a knowledge of the decisions that are taken by government. We think that politics must include an understanding of *how* and *in whose interests* an unequal social order is maintained. This kind of politics questions the basis for authoritarian relationships at work, in school, in the medical profession, in the legal system, and at home. But without collective action from below, these patterns in social relationships will not be challenged.

A political understanding of society requires an examination of our personal histories as well as observation of the constraints on others' lives. Awareness and discussion of everyday experience shows that there is a *general condition* of women, say – and gives insight into the relationship between different forms of oppression. How do people bring up their children and why are there tomboys but no tomgirls? Why are we graded at school and how are our sense of self and the course of our life affected by being a success or a failure? Why should industrial workers have to do overtime to make a living wage? Why should public transport be expensive as well as inefficient? How does rush hour travelling affect our physical health, our sexuality, and our resistance to depression? Why is it that thousands of us are silenced by medical expertise and apologise for feeling pain?

Defining the *personal as political* in this way enables us also to confront the social definition of *who* is political. Women are usually seen as apolitical. The rationale for this convention can be found in that view of human nature which sees women as *naturally* domestic, peacable and comforting. Women are expected to be sheltered from the “harsh

reality of the outside world”. Soothing the fevered brow is no cliché but a deeply-held view about women's service role.

Women have internalised this view of themselves and are accustomed to devaluing their experiences and belittling themselves. This self-effacement is not surprising in a sexist society. The phrase “No, I don't work. I'm just a housewife” is revealing because it connects the fact of women's inferior status with the experience of that subordination.

Self-effacement is also not surprising in a society which has separated political and economic decision-making from the mass of the people. This necessarily preserves alienation from seemingly monolithic but arbitrary governments, industrialists, Social Service departments etc, and a deference to authority which has roots in many generations of powerlessness. This resignation to a hierarchical social order reinforces people's lack of self-confidence as well as existing power relationships.

In women's liberation we are often asked whether we wouldn't be content with “more women at Westminster”. More specifically we were expected to agree that Margaret Thatcher's election to the Tory leadership in February was “one up for women's lib”. We may disagree, but this is not to say that we think events in Parliament are *irrelevant* to our lives. The current threat to the 1967 Abortion Act, and to women's right to choose whether or not they want to have a child, shows this clearly. But as feminists and as socialists we do not think liberation means the exercise of political or economic power by a handful of socially and educationally privileged women. We do not intend to delegate control of our lives, workplaces and communities to women instead of men.

You seem to assume that all women are dissatisfied with their condition. What about women who want to stay at home and look after their kids, or like having doors opened for them?

Women's liberation is sometimes caricatured as the demand that all women should be at work and all men at home with kids. Women's liberation doesn't mean replacing one inflexible definition of the female role by another, but working towards a social system where women and men will have the chance to *make choices* about how to live their lives.

At the moment women don't have much choice. Schools still divide girls and boys into cooking and woodwork. 10% of girls at work get day release for further education compared to 40% of boys. 7% of girls are accepted for apprenticeships compared to 42% of boys – and three-quarters of that 7% are in hairdressing. Of girls getting two or more A levels only 40% go on to university whereas 70% of boys do.

What little day care there is exists only for women who can be classified as problem families i.e. social failures – unmarried mothers, or women who have been left by their husbands. Advertising pummels women into a competitive isolation as sex objects for men and as washerwomen for their children's shirts.

The figures for women on tranquillisers and sleeping pills – which far exceed those for men – show the strains inherent in the female role now. These are evoked by the Rolling Stones in *Mother's Little Helper*, a song about housebound women on pills. But their contempt for the distress of women trying to be efficiently feminine is explicit.

Women's liberation groups are confronting the restrictions of femininity by fighting for decent child care facilities. They are demanding *more* provision and a better *quality* of provision. Claimants Unions are fighting the Social Security cohabitation ruling which defines many unsupported mothers as men's dependents and withdraws their benefits. By showing how women are changing their lives, *Spare Rib* can help other women to gain the confidence to assert their needs.

so depressing?”

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En réalité les premières parutions du magazine étaient très focalisées sur Londres et sur la façon d'aider les femmes à protéger leurs enfants et elles-mêmes de leurs maris, surtout en cas de divorce ou de mariage violent. Des articles comme « Peut-il vous laisser dans la misère ? »³⁷⁹ donnaient des conseils juridiques, psychologiques et médicaux aux femmes qui vivaient une situation beaucoup plus sérieuse et urgente que les revendications féministes. Pendant ses premières années, *Spare Rib* publiât régulièrement des articles sur les différences salariales entre les genres, ainsi que des encouragements en faveur de l'engagement de plus en plus de femmes dans les différents syndicats britanniques ou encore, des critiques féroces contre l'énorme disparité entre les filles et les garçons dans le système éducatif du pays.

Un sujet qui était encore tabou à l'époque et qui n'était pas souvent traité dans les médias britanniques était le sexe. Là aussi, *Spare Rib* –tout comme *Ms-* lançait des discussions inédites : hétérosexualité, homosexualité, bisexualité, orgasme et, principalement, contraception. Le corps féminin était au centre de ces discussions, de plus en plus d'articles était publiés sur la masturbation, la gynécologie, l'hystérectomie, l'IVG, l'accouchement, la dépression post-partum, les douleurs de la grossesse et, dans une perspective plus dénonciatrice, les violences sexuelles.

Une autre rubrique très populaire était « La vie des femmes dans d'autres pays », où les réalités des femmes étrangères étaient traitées de manière très constructive et pédagogique : les chinoises et la Grande Révolution, la vie d'une cubaine pendant sa vie à côté de Che Guevara, la vie difficile d'une veuve pendant la politique « d'élimination des veuves » en Inde, la stérilisation forcée d'une partisane politique du gouvernement vietnamien, les femmes fermières de Zambie ou les féministes Iraniennes. Cette partie du magazine, qui peut paraître étrange pour la lectrice d'aujourd'hui, était en fait une manière pour le magazine de montrer à quel point le sentiment universel de « fraternité féminine » était essentiel.

A la fin des années 1970 les publications étaient plus concentrées sur la diversité des lectrices, des sujets sur le militantisme lesbien ou le racisme britannique envers des Noirs et des étrangers. Mais aussi une perspective psychologique était mise en avant dans des articles sur

³⁷⁹ *Spare Rib*, Novembre 1972.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

le développement personnel, les troubles de l'alimentation et l'épuisement physique et mental des ouvrières.

Spare Rib, comme *Ms*, était toujours en contact avec ses lectrices, des courriers arrivaient par dizaines chaque mois. Ces lettres racontaient des histoires vraies, touchantes, tristes, heureuses, inspirantes, comiques mais, surtout, légitimes. Elles étaient publiées mensuellement sous la forme d'articles sur des sujets traités dans ces lettres ou sur la forme d'histoires racontées de manière toujours anonyme, ces expériences permettaient aux lectrices de s'identifier avec quelqu'un d'autre, de voir que leurs problèmes n'étaient pas isolés et, principalement, de lancer des discussions et de mettre ces femmes en contact direct avec des groupes ou des organisations féministes. L'objectif du magazine était aussi de montrer à ses lectrices que la « normalité » n'existait pas vraiment, que leurs sentiments et insécurités n'étaient pas étranges et que leur culpabilité et leur douleur étaient partagées par des milliers d'autres britanniques.

En effet, depuis ses débuts, *Spare Rib* n'a jamais vraiment ressemblé aux magazines féminins traditionnels : le capitalisme et l'incitation à la consommation de masse ne faisaient pas partie des valeurs du magazine, les publicités annonçaient uniquement des produits pratiques et utiles, de fabrication locale et artisanale ; la majorité des pages étaient en noir et blanc et les images étaient petites et ne prenaient qu'une partie de la page. Les journalistes étaient payées exactement le même salaire –beaucoup d'entre elles travaillaient bénévolement- et les décisions éditoriales étaient prises de manière collective parmi tout le personnel du magazine. Selon Sue O'Sullivan, journaliste à *Spare Rib* :

« Le magazine a de grands projets et de grands espoirs, mais s'ils n'aboutissent pas... ce ne sera pas grave. Après tout, nous avons permis à des millions des femmes de se découvrir. Notre magazine reste une publication expérimentale mais nous sommes déjà satisfaites de nos résultats »³⁸⁰

Parce qu'il était un magazine indépendant et non capitaliste, *Spare Rib* n'avait pas le même budget que les autres publications féminines. Les principaux revenus venaient des ventes, des

³⁸⁰ Winship, J. (1987). *Inside Women's Magazines*. NY : Pandora. p.129.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

abonnements et des quelques publicités qui étaient acceptées et publiées mensuellement. L'objectif n'était pas « d'hypnotiser » les lectrices avec des pages extrêmement colorées et captivantes, mais de les faire réfléchir sur ce qu'elles venaient de lire.

Même si le magazine était unique, il est passé par divers changements au fil des années : d'un caractère culturel et plus individualiste à une vision plus socialiste et militante du mouvement féministe d'une part et, d'une optique plus focalisée sur la réalité des femmes blanches à un regard plus conscient des différences sociales et raciales de l'autre. *Spare Rib* a toujours eu un esprit radical, révolutionnaire et politique, ce qui a permis au magazine d'avoir une relation très interactive avec son public. Les différents groupes féministes étaient assez facilement accessibles aux lectrices ainsi qu'aux associations qui s'occupaient des femmes et des enfants en difficulté.

« J'ai parfois l'impression que *Spare Rib* est la seule voix saine dans un monde qui n'écoute et ne nous comprend plus.»³⁸¹

Dans le numéro de Décembre 1983, l'éditorial déclarait :

« *Spare Rib* n'est plus un magazine pour les femmes blanches. Toutes les problématiques sont liées les unes aux autres : le blanc et le noir, la richesse et la pauvreté, ainsi que l'homme et le féminisme. Mais des parutions dédiées aux sujets plus spécifiques –comme les différences sociales et raciales- seront publiées très prochainement. Nous ne sommes pas en train de cacher la réalité à nos lectrices, mais qui a dit que surmonter ce défi allait être facile ? Nous sommes toutes profondément engagées au sein du mouvement féministe, mais pas au prix du racisme ou de la discrimination. Nous demandons à toutes nos lectrices blanches de s'engager *avec nous* dans cette lutte pour la diversité ! »³⁸²

Cet éditorial a marqué un changement fondamental dans la direction du magazine, des sujets moins focalisés sur les combats des femmes blanches pour l'égalité sociale et morale et plus concentrés sur la lutte et les besoins de toutes les femmes du mouvement féministe britannique, une vision plus diversifiée et plus consciente des réelles difficultés des différentes militantes du pays, quel que soient leur race, âge, classe sociale, sexualité ou conviction

³⁸¹ Lettre d'une lectrice dans la parution d'Aout 1973.

³⁸² *Spare Rib*, Décembre 1983, n°137.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

politique. Comme résultat, les débats et discussions entre les journalistes et les lectrices ne cessaient d'augmenter.

Sans tomber dans les excès et les caricatures « socialistes », il est certain que *Spare Rib* était un magazine politisé et révolutionnaire. Son caractère féministe, militant et anticonformiste n'a jamais été un secret et cela faisait partie de sa particularité. En effet, le magazine –aussi comme *Ms* aux Etats-Unis- valorisait et encourageait le développement personnel et individuel de chaque lectrice, mais avec une perspective plus politique, plus marxiste même, avec une vision plus consciente de l'oppression sociale et raciale de la société britannique. En 1974 *Spare Rib* reçut une lettre d'une jeune lectrice de dix-ans qui venait d'acheter son premier numéro du magazine et qui se disait absolument inspirée et captivée par les valeurs et la lutte féministe, même si son père disait qu'il s'agissait « d'une publication et d'un mouvement communiste.»³⁸³

«Clairement il s'agit d'une publication de gauche, les expressions typiques du marxisme y sont présentes et semblent à peine traduites de l'allemand. Nous sommes tous en train de « lutter », ou de «survivre » dans cette « arène », à « confronter » les « injustices » et les « violences » du « système »³⁸⁴

Le mouvement féministe britannique – ainsi que l'américain- cherchaient la « libération » des femmes et au nom de cette liberté une multitude de groupes féministes s'organisaient partout dans le Royaume-Uni. Les différences et les tensions parmi tous ces groupes ne faisaient qu'affaiblir le mouvement féministe britannique, jusqu'au point où même *Spare Rib* a commencé à souffrir de ces tensions. La parution de Juillet 1980 répondait à ces problématiques :

« Les articles controversés ont toujours été un sujet délicat...des articles sur les différences et les tensions parmi notre mouvement féministe ne font que montrer la triste réalité. Nous devons attirer de nouvelles lectrices et de nouvelles militantes mais jamais en trahissant notre publique fidèle. Nous devons être honnêtes avec le monde qui nous observe !

³⁸³ *Spare Rib*, Avril 1974.

³⁸⁴ Polly Toynbee, *Guardian*, 1982, p.8.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Spare Rib a dans le sein de sa propre équipe une grande diversité de féministes. Devons-nous cacher nos opinions divergentes pour arriver à une conclusion « neutre et complètement ennuyeuse » ? Jusqu'à quel point notre magazine doit-il rester accessible et ouvert à tous ? Nous avons déjà eu de multiples désaccords mais ils nous ont poussé à nous remettre en question et ont stimulé encore plus de discussions nombreuses et productives. Est-ce que ces tensions, qui sont en réalité juste un reflet des tensions plus larges au sein même du mouvement féministe de ce pays, sont offensives vis-à-vis de nos lectrices ? Jusqu'où va notre responsabilité ? »³⁸⁵

L'une des raisons pour lesquelles le magazine a tenté de masquer toutes ces tensions internes pendant si longtemps était pour ne pas « trahir » le mouvement féministe britannique : si ces divergences étaient révélées, ça serait tout le mouvement qui serait impacté. L'autre raison était le sens de responsabilité que *Spare Rib* avait vis-à-vis de ses lectrices non-militantes, elles devaient être informées des actions féministes de manière pédagogique, simple et réconfortante. *Spare Rib* aurait dû représenter un « féminisme parfait ».

A la fin de 1985, *Spare Rib* n'était plus le seul magazine féministe britannique, *Everywoman* et *Women's Review* portaient également le drapeau du mouvement. Néanmoins, il reste la publication féministe la plus connue et la plus lue du pays³⁸⁶.

Il est important de souligner, cependant, que *Spare Rib* était l'un de seuls magazines féministes britanniques à être également publié aux Etats-Unis et la publication qui soulevait le plus de critiques, même parmi les militantes féministes. Puisque le magazine était créé et organisé par un système éditorialiste collectif, les différentes opinions et positions des journalistes apparaissaient souvent en contradiction dans une même parution. Cette multitude de positions politiques, sociologiques et féministes était parfois mal interprétée par les militantes. De cette manière, *Spare Rib* ne doit pas être considéré comme une représentation unanime des revendications et des réflexions du mouvement, aux Etats-Unis comme au Royaume-Uni.

Aux Etats-Unis également un magazine avait décidé de rompre les barrières de la presse féminine traditionnelle et de se lancer dans la défense et la diffusion des idées féministes. En

³⁸⁵ *Spare Rib*, Juillet 1980, n° 96.

³⁸⁶ Winship, J. (1987). *Inside Women's Magazines*. NY: Pandora. p.147.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

réalité, les publications féministes américaines étaient plus prolifiques que les britanniques, mais elles aussi avaient beaucoup de mal à se faire une place parmi autant de magazines féminins et conservateurs.

Ms, créée par Gloria Steinem également en 1972, était, en revanche, lancé comme une simple partie du magazine *New York*. Au contraire de *Spare Rib*, *Ms* était une publication avec beaucoup de couleurs, des titres racoleurs, de pages satinées et des dizaines de publicités. Selon Amy Erdman³⁸⁷, *Ms* prônait une transformation personnelle de chaque femme à la place d'une révolution collective et, comme résultat, affichait un féminisme plus libéral et individualiste. Il est toujours publié aux Etats-Unis et partage ses lectrices avec des dizaines d'autres publications féministes.

« J'ai réalisé en tant que journaliste qu'il n'y avait vraiment rien dans la presse pour les féministes, et cela m'a amené avec un certain nombre d'autres femmes à commencer l'écriture de *Ms*. Nous cherchions à travailler dans un magazine qui reflétait les changements dans nos vies. Nous allions l'appeler « Séjourner » en hommage à Séjourner Truth, mais le terme traduit de « résident provisoire » était pour beaucoup trop associé à un magazine de voyage. Nous souhaitions ensuite le nommer *Sisters*, mais cela faisait trop référence à la religion. Nous avons finalement statué sur *Ms* court et symbolique, ce qui est efficace pour un logo. »³⁸⁸

Ms a été publié comme un magazine autonome pour la première fois en Juillet 1972. Il apparut comme l'une des premières publications mensuelles des Etats-Unis – comme déjà évoqué, la majorité des magazines américains étant hebdomadaires. Le magazine a conquis ses lectrices dès les premiers mois et elles étaient presque 500 000 à la fin de la première année, mais, au contraire de la très politisée et anticapitaliste *Spare Rib*, *Ms* ne savait pas toujours comment lier ses convictions féministes et son caractère extrêmement commercial- sa première parution a vendu plus de trois cent mille exemplaires³⁸⁹.

³⁸⁷ Erdman Farrell, A. (1998). *Yours in Sisterhood : Ms. Magazine and the Promise of Popular Féminism*. University of North Carolina Press.

³⁸⁸ Elizabeth J. 2011. Gloria: In Her Own Words, Steinem on HBO, *The New York Times*.

³⁸⁹ Bouchier, D. (1983). *The Feminist Challenge : The feminist challenge: the movement for women's liberation in Britain and the USA*. Londres : Macmillan Press. p.104.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En effet, le magazine était un énorme succès commercial. Dès le premier mois les publicitaires s'arrachaient les pages de *Ms*, fait inédit pour une publication ouvertement féministe – que ce soit aux Etats-Unis ou au Royaume-Uni. Malgré cette réussite, et comme *Spare Rib*, les éditeurs et les journalistes étaient constamment critiqués, trop radical pour les unes, pas assez pour les autres. Pour les lectrices américaines qui lisaient également *Spare Rib*, *Ms* n'était pas vraiment une publication féministe, mais son caractère plus modéré attirait plus de nouvelles lectrices (et peut être futures militantes) que la publication britannique.

Tout comme *Spare Rib*, son but était surtout de sensibiliser les femmes et l'opinion publique aux questions liées au genre, à la lutte de classes et à la notion de race. Cependant, quelques autres objectifs plus concrets étaient également définis : garder le contrôle total sur la direction éditoriale du magazine, avoir un équilibre entre le contenu éditorial et les publicités, publier des annonces uniquement pour des produits qui seraient véritablement outils au quotidien des lectrices et former ses commerciaux à être de véritables militants pour la cause féministe et convaincre les publicitaires de représenter les femmes de manière positive et valorisante. *Ms* se devait d'être l'exemple de comment les publicités devraient représenter les femmes. Considéré comme le premier magazine américain à faire de la publicité pour des produits « moins féminins », *Ms* montrait à ses lectrices qu'une femme pouvait aussi être consommatrice de boissons alcoolisées, de cigarettes et de voitures, tout en continuant à annoncer des produits plus traditionnellement « féminins », comme des vêtements, du maquillage ou encore, des produits ménagers.

Le premier numéro du magazine a été donc publié au Printemps de 1972 et certains de ses articles servent encore de référence pour les féministes d'aujourd'hui : *Welfare is a Women's Issue*, écrit par Johnnie Tillmon, *I Want a Wife*, par Judy Brady, *We Have Had Abortions*, une déclaration publique signée par plus de cinquante femmes influentes ; *De-Sexing the English Language*, écrit par les éditeurs Cassey Miller et Kate Swift et, *The Housewife's Moment of Truth*, par Jane O'Reilly. Cette première parution expliquait l'objectif de *Ms* à travers d'une lettre ouverte aux lectrices :

« *Ms* est écrit pour toutes les femmes, n'importe où, quoi ce qu'elles fassent de leur vie ; pour celles qui ont des ambitions profondes, mais aussi pour celles qui n'ont pas encore eu

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

l'occasion de trouver cette ambition ; pour les femmes qui sont épouses, mères, grand-mères ou aucune de celles-là ; pour les femmes qui veulent assumer leur féminité –quelle qu'elle soit– avec fierté. Bref, pour les femmes qui veulent humaniser la politique, l'éducation, le monde des affaires, les arts ou simplement la maison, la communauté...la nation »³⁹⁰

Avec des couvertures et des images colorées et captivantes et beaucoup de publications qui incitaient à la consommation, le magazine créait la polémique parmi les militantes féministes du pays. Mais la plus grande différence avec *Spare Rib* était le fait que la majorité des lectrices de *Ms* n'étaient pas des militantes féministes, elles lisaient également les magazines féminines dits « traditionnels » comme *McCalls*, *Ladies' Home Journal* ou encore, *Good Housekeeping*. Elles étaient mères au foyer, étudiantes, professeurs, secrétaires, scientifiques, ouvrières, actrices, jeunes, âgées, blanches, noires, aisées ou moins aisées. Pour la plupart d'entre elles, *Ms* était leur premier contact avec le mouvement féministe et le caractère captivant du magazine ne faisait que les attirer de plus en plus vers les questions féministes.

Pour certaines militantes, le magazine était l'apogée du féminisme américain, pour d'autres, il signifiait l'acceptation d'un aspect très commercial du mouvement. Une chose est certaine, le magazine gagna très vite une certaine notoriété au point d'être considéré comme « la voix et l'icône » du féminisme du pays.

La première publication américaine à assumer ouvertement son caractère féministe, *Ms* se voulait un « espace ouvert de discussions », une manière de réunir des femmes différentes sous la même cause. Avec des tirages mensuels démesurés de presque cinq-cents mille exemplaires vendus et plus de trois millions de signatures, *Ms* était l'expression commerciale du féminisme américain³⁹¹.

Particulièrement pour les femmes isolées, pour des raisons géographiques, culturelles ou familiales, le magazine était un outil de connexion avec la réalité et avec une communauté très solidaire et stimulante.

³⁹⁰ *Ms*, Janvier 1972.

³⁹¹ Erdman Farrell, A. (1998). *Yours in Sisterhood : Ms. Magazine and the Promise of Popular Féminism*. University of North Carolina Press.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Plutôt que de rejeter les magazines féminins traditionnels, *Ms* essayait de créer un espace pour la « nouvelle femme » ; il montrait qu'il n'était pas nécessaire de devenir complètement anticapitaliste pour être féministe, que toutes les femmes pouvaient militer pour le féminisme, que l'image de la féministe radicale et solitaire n'était qu'un autre stéréotype véhiculé par les cultures américaine et britannique. Selon Amy E. Farrell³⁹², la force de *Ms* s'est trouvée justement dans le fait que le magazine a réussi à faire sa place parmi les autres magazines dits « commerciaux » mais qu'il renforçait de plus en plus son empreinte féministe et militante. Farrell explique que cette « double identité » permettait à *Ms* de toucher des lectrices de toutes sortes et, à partir de cette première lecture, de les mettre en contact avec les véritables aspirations du mouvement féministe.

Cependant, Amy Farrell souligne également le fait que l'approche inclusive de *Ms* pouvait suggérer que toutes les femmes se ressemblaient et qu'elles pouvaient facilement coexister. En effet, le sentiment de «*Sisterhood*» que le magazine prônait était l'un de ses principaux mérites, mais ce sentiment-là n'était pas forcément ressenti par toutes les lectrices, notamment celles des classes ouvrières.

« La confiance que le magazine et que Steinem avaient dans le sentiment de «fraternité féminine » était certainement validée par l'adhésion militante des lectrices blanches, hétérosexuels et issues des classes sociales supérieures. Mais, clairement, c'était trop optimiste. »³⁹³

Une autre valeur très importante pour le magazine, ainsi que pour *Spare Rib*, était le fait de pouvoir choisir les produits et les publicités publiés. *Ms* aspirait à changer l'industrie publicitaire américaine en refusant toute publicité considérée comme sexiste : aussi aucun produit alimentaire n'était accepté car les publicitaires attendaient des images des femmes en train de cuisiner ou encore des articles avec des recettes et des photos qui représentaient les femmes de manière misogyne.

³⁹² Farrell, A. E. (1998). *Yours in Sisterhood. Ms Magazine and the Promise of Popular Feminism*. The University of North Carolina Press.

³⁹³ Op.cit. 358. p. 35.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Dans la parution de Janvier 1974, l'équipe chargée des publicités explique :

« Nous voulons créer un contenu publicitaire esthétique, mais aussi juste et équilibré : plus d'articles que d'annonces ; des produits qui reflètent réellement comment nos lectrices dépensent leurs salaires ; des publicités qui respectent et valorisent la femme ; une nouvelle manière de faire du marketing ; rejeter des messages insultants ou humiliants. »³⁹⁴

L'équipe éditorialiste cherchait à être un exemple pour les autres magazines féminins, de sorte que l'image diffusée de la femme soit de plus en plus diversifiée et stimulante. Pendant les années 1970 *Ms* ne manquait pas de demandes publicitaires, les industriels avaient bien compris que les lectrices du magazine étaient des femmes indépendantes, qui prenaient leurs propres décisions financières et qui pouvaient être une nouvelle cible commerciale très intéressante. Au contraire des magazines féminins traditionnels, *Ms* ne publiât pas que des publicités pour du maquillage ou des électroménagers, mais aussi pour des boissons alcoolisées, des cigarettes, des voitures, des assurances, des cartes de crédits, des vêtements plus pratiques qu'élégants, ou encore, des outils pour les réparations nécessaires à la maison.

Malgré cela, l'équipe marketing de *Ms* subissait toujours une forte pression pour maintenir la qualité et la diversité des publicités publiées. Les industriels recevaient souvent un livret publicitaire qui expliquait les valeurs du magazine et, surtout, à quel point leurs lectrices pouvaient signifier un public ciblé très intéressant. Selon l'équipe, ce qui différenciait leurs lectrices de celles des magazines féminins traditionnels était le fait que ces femmes étaient indépendantes financièrement, professionnelles, jeunes (entre dix-huit et trente-cinq ans), dynamiques, bien éduquées et surtout, responsables des achats de la famille et de la maison. En 1975 le magazine envoyait aux principaux industriels américains une brochure de quarante-deux pages intitulée *The Ms Most*³⁹⁵, dans laquelle, fondée sur une étude de marché réalisé par le groupe *Target Index*, *Ms* était comparé à d'autres publications féminines afin d'améliorer sa rentabilité.

³⁹⁴ *Ms*, Janvier 1974.

³⁹⁵ *The Ms Most*. 3, n°90 S-5, box 22. *Ms Magazine Records*.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

La brochure expliquait que, en comparaison avec les tirages des magazines féminin traditionnels, le public de *Ms* était certes réduit, mais d'une plus grande qualité :

« Parmi les lectrices de toutes les publications féminines du pays, les lectrices de *Ms* sont les plus jeunes (entre dix-huit et trente-cinq ans), les plus indépendantes et financièrement à l'aise, elles ont une bonne éducation supérieure et un emploi convenable. Plus de soixante-huit pour cent d'entre elles sont mariées et mères de famille, elles ont un ou plusieurs comptes bancaires et cartes de crédit, elles habitent dans les grandes villes ou dans les quartiers résidentiels autour de ces villes et sont « la nouvelle cible » du marché américain. »³⁹⁶

En réalité, l'équipe de *Ms* voulait que les industriels voient leurs lectrices comme une « nouvelle femme consommatrice » et non comme une épouse qui n'achetait que des produits pour le ménage, la cuisine, la beauté, mais comme des clientes qui pouvaient s'intéresser à une très grande variété de produits. Un autre « avantage » mis en avant par ces brochures promotionnelles de *Ms* était le fait que le magazine et ses lectrices étaient engagés dans une lutte culturelle et sociale, ces femmes étaient des agents actifs dans leurs communautés, concernées par l'avenir et, en conséquence, leur lecture du magazine était plus profonde, plus critique et plus intéressée.

Les lectrices pouvaient être mieux comprises à travers les produits qu'elles achetaient, ils révélaient comment ces femmes se positionnaient dans la société mais aussi dans le mouvement féministe. Le développement personnel, tant prôné par *Ms*, allait main dans la main avec les publicités que le magazine publiait, d'après l'équipe éditorialiste, le véritable sens du féminisme était enfin

présenté au grand public.

Un exemple très marquant de cela était la publicité publiée pendant l'année 1975 pour les cigarettes Virginia Slims :

³⁹⁶ Op.cit. 393. N° 6.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

We make Virginia Slims especially for women because they are biologically superior to men.

That's right, superior. Women are more resistant to starvation, fatigue, exposure, shock, and illness than men are. Women have two "X" chromosomes in their sex cells, while men have only one "X" chromosome and a "Y" chromosome. Some experts consider the inferior chromosome. They are also less inclined than men to congenital baldness, Albinism of the eyes, improperly developed sweat glands, color blindness of the red-green type, day blindness, defective hair follicles, defective iris, defective tooth enamel, double eyelashes, skin cysts, shortsightedness, night-blindness, nomadism, retinal detachment, and white occipital locks of hair.

In view of these and other facts, the makers of Virginia Slims feel it highly inappropriate that men continue to use the cigarettes.

The Advertising Archives



Virginia Slims.
Slimmer than the cigarettes men smoke.
With rich Virginia flavor women like.

You've come a long way, baby.

17

397

³⁹⁷ <http://www.advertisingarchives.co.uk/detail/50679/1/Magazine-Advert/Virginia-Slims/1970s>. Consulté le 10 Avril 2019.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Dans cette même perspective, *Ms* publiait fréquemment des articles écrits par des féministes reconnues, comme Sylvia Plath et Simone de Beauvoir. Les rubriques permanentes abordaient des sujets très diversifiés : développement personnel, éducation des enfants, santé, cuisine, beauté, et, surtout, comment comprendre et être une participante active du mouvement féministe américain. Des articles sur la vie privée et la vie professionnelle de militantes historiques et contemporaines constituaient également une partie très appréciée de chaque parution de *Ms*, ainsi que la liste détaillée des centres de réunion et d'accueil pour les femmes de chaque état.

Inspirées par les presque deux-cent lettres envoyées au magazine mensuellement, les sections « Courrier des lectrices » et « Sans commentaires » publiaient ces correspondances qui complimentaient un article ou une idée diffusé dans des parutions antérieures ou, encore, critiquaient une publicité, une photo ou un titre utilisé dans des éditions précédentes. Une ou deux fois par an *Ms* publiait une lettre de Gloria Steinem pour exposer les réussites, les problèmes et la réalité financière du magazine.

La section du développement personnel (*Self-help*) a, bien évidemment, été changée pour correspondre aux attentes des lectrices et aux valeurs féministes de *Ms*. Ces femmes ne cherchaient pas à s'améliorer pour plaire à leurs maris, comme c'était le cas avec les magazines féminins traditionnels, mais elles s'intéressaient à devenir une femme plus indépendante, plus autonome et plus consciente de leurs réalités. Plus étonnamment, le magazine, tout comme *Spare Rib*, a dû également redéfinir comment leurs lectrices devaient être vues. En effet, les publications traditionnelles réunissaient leurs lectrices dans un seul et unique groupe de femmes qui avaient les mêmes intérêts, comme la cuisine, le ménage, la beauté, le mariage et les enfants. Elles n'étaient que des « consommatrices à convaincre ». Les journalistes de *Ms* et de *Spare Rib* ont dû transformer la vision des publications envers leur public féminin, de telle façon qu'elles ne soient plus considérées comme les « clientes prêtes à tout acheter », mais plutôt comme des femmes qui avaient la même vision de leur réalité, qui cherchaient à développer une conscience collective plus féministe et militante, ainsi qu'à renforcer les changements sociaux, culturels et politiques portés par le féminisme.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Une rubrique très appréciée par les lectrices était « Le Forum », une section un peu plus théorique et politisée, dans laquelle des féministes connues exprimaient leurs avis sur divers sujets. Des auteurs comme Jo Freeman³⁹⁸ et Kate Millet³⁹⁹ publiaient très souvent des articles dans cette partie du magazine et menaient de longs débats captivants. En réalité, il s'agissait de la section la plus philosophique et la plus controversée du magazine :

« Aux Etats-Unis et dans d'autres pays du monde le mouvement des femmes devient de plus en plus fort. Il commence à être reconnu comme une partie toute entière d'une révolution beaucoup plus profonde : une révolte mondiale contre les systèmes économiques et sociaux qui déterminent nos vies uniquement selon notre genre ou notre race. Mais quels moyens doivent être utilisés ? Quelles alliances former ? Et quelles seront les implications économiques de telle révolution ? Quels changements sociaux en sortiront ? Ce « Forum » va débattre de tous ces questionnements et lancer des propositions et des idées nouvelles pour répondre ces problématiques. »⁴⁰⁰

Cette rubrique était une manière très subtile de toucher les lectrices qui n'étaient pas encore engagées dans le mouvement féministe, c'était un moyen très pédagogique et facile pour comprendre les ramifications théoriques et les intentions réelles du féminisme. Très souvent, les femmes se retrouvaient dans les débats du « Forum », leurs questions et insécurités ne paraissaient plus étranges, les lectrices se rassemblaient et cette approche communautaire les reconfortait dans leur combat individuel.

Cette tendance à se focaliser sur l'individuel était, selon Amy E. Farrell⁴⁰¹, l'une des faiblesses de *Ms*. Le magazine encourageait leurs lectrices à chercher leur propre chemin, leur force intérieure et leurs désirs les plus profonds pour trouver leur place dans le mouvement féministe et, de cette manière, à devenir des actrices de leurs vies, mais, en même temps, une individualisation trop forte pouvait mener à des préjugés généralisés sur la vie des autres femmes. En effet, en se focalisant sur la quête individuelle pour leur libération, les lectrices du magazine pouvaient tomber dans le piège dangereux de la généralisation et de la standardisation des revendications féministes.

³⁹⁸ Freeman, J. (1995). *Women: a Feminist Perspective*. Mayfield, KY: Mayfield Publishing Company.

³⁹⁹ Millet, K. (1985). *Sexual Politics*. Londres: Virago Press.

⁴⁰⁰ *Ms*, Juillet 1973.

⁴⁰¹ Op.cit. 390. p.69.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

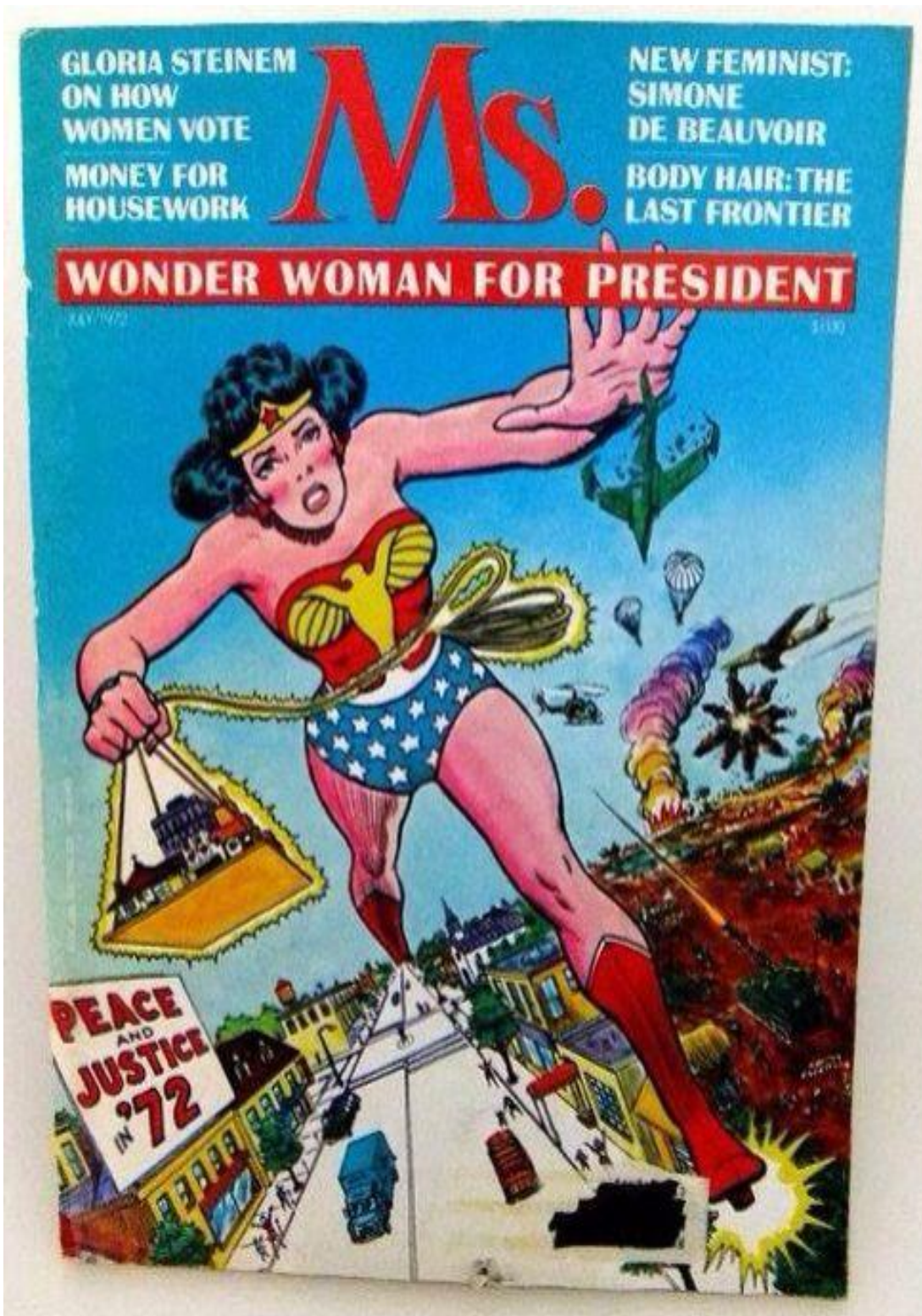
Toujours d'après Farrell, cette normalisation des lectrices, de leurs réalités et de leurs envies permettait à *Ms* de réduire les éventuels débats autour de l'individualité et de la « fraternité féminine ». Même si le magazine se disait « diversifié », la majorité des articles et des images publiées représentaient des femmes blanches, hétérosexuelles, des classes supérieures et très bien éduquées. L'idée d'une « lectrice type » était présente dans les esprits de l'équipe mais aussi du public de *Ms*. Les femmes des autres classes sociales, des autres races ou d'autres sexualités pouvaient avoir le sentiment d'être exclues de ce public, tout comme les femmes au foyer (pas assez libérées pour les militantes). La diversité de leur «fraternité féminine » était assez limitée en réalité.

« La valorisation de la 'fraternité féminine' pourrait s'avérer une devise à double tranchant, en même temps qu'elle légitimait la prise de conscience collective, elle nourrissait une haine grandissante contre la culture et la société patriarcal. Plus concrètement, elle justifiait la création des magazines qui toucheraient un éventail de femmes très varié et qui se développaient en étant des "forums ouverts" à toutes ces femmes. En même temps que ces publications, toujours basées sur cette idée de fraternité, se voulaient diversifiées et ouvertes à toute lectrice, de n'importe quel contexte culturel et social, elles se sentaient capables de 'parler au nom de toutes les femmes'. La "fraternité féminine" était, finalement, réclamée de manière très pratique et opportuniste »⁴⁰²

En réalité, *Ms* cherchait l'équilibre entre l'individualisme et le combat collectif au nom du féminisme. Des articles, des histoires et des lettres de lectrices étaient toujours côte à côte avec des publications théoriques et des débats autour du mouvement. L'individuel n'était que le premier pas. Pour cette raison même, en Juillet 1972, le personnage de *Wonder Woman* faisait l'une du tout premier numéro de *Ms*. La couverture réalisée par Mike et Laura Allred était un clin d'œil à *Warner Communications*, propriétaire de *DCComics* et investisseur du magazine, mais il s'agissait surtout d'un choix militant de Gloria Steinem.

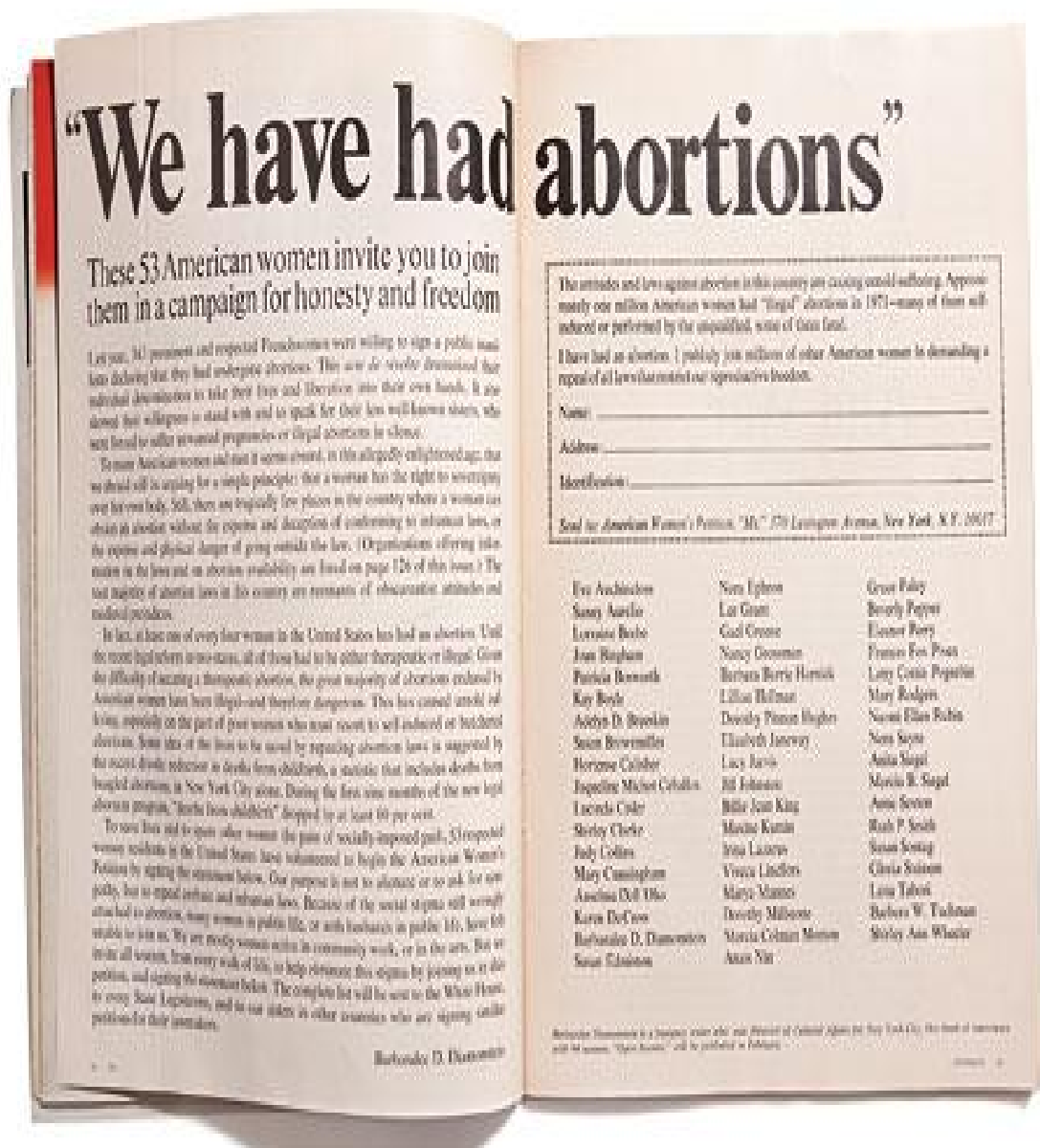
⁴⁰² Farrell. A. E. (1998). *Yours in Sisterhood. Ms Magazine and the Promise of Popular Feminism*. The University of North Carolina Press. p. 79.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »



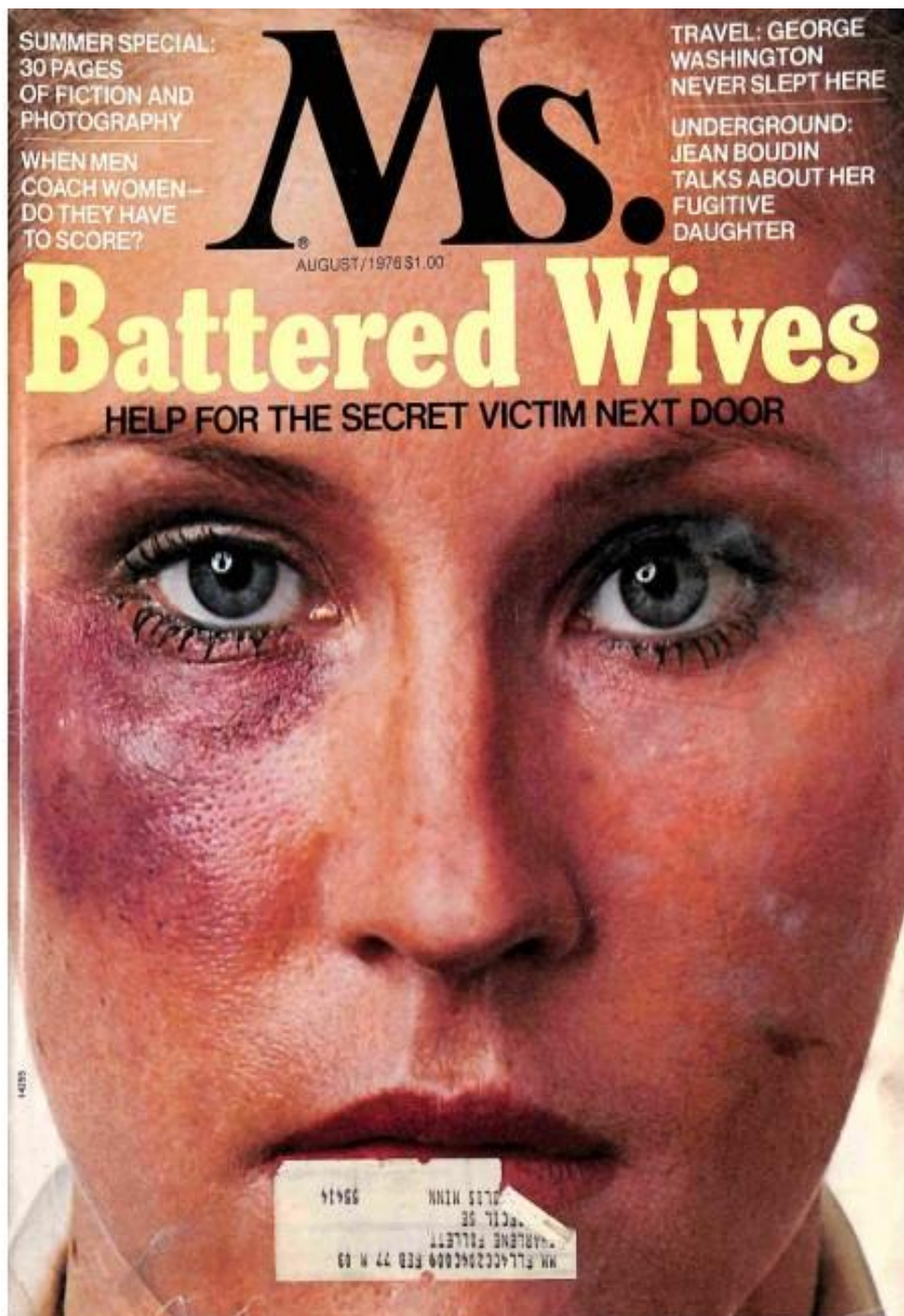
« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Aussi dans le premier numéro de *Ms*, le magazine faisait déjà polémique en publiant l'identité de femmes ayant eu recours à l'avortement alors que la procédure était encore illégale dans la plupart des États.



« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

En Août 1976, la photo de couverture montre le visage d'une femme battue, *Ms.* devenait le premier magazine national à aborder la question des violences domestiques.



« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Néanmoins, selon J. Winship⁴⁰³, *Ms* était un magazine « dangereux » pour le mouvement féministe américain et ce à cause de son caractère très commercial et trop focalisé sur la réalité des femmes blanches et des classes supérieures.

Le prix était aussi une question controversée, même si un dollar ne semble pas beaucoup pour les lectrices d'aujourd'hui. Pendant les années 1970 le salaire hebdomadaire moyen d'une ouvrière américaine était de seulement soixante-quinze dollars, alors que les femmes des classes supérieures pouvaient gagner jusqu'à deux-cents dollars par semaine. Le grand nombre de publicités à chaque parution prouvait que le magazine ne s'était pas complètement détaché du modèle des publications féminines traditionnelles.

Malgré cela les militantes féministes étaient d'accord pour dire que, grâce à *Ms*, leur mouvement touchait de plus en plus de femmes et que le magazine constituait un outil indéniable pour le changement et l'évolution de la vision que les lectrices pouvaient avoir du féminisme. Les débats et les polémiques créées par *Ms* ne pouvaient que prouver à quel point les lectrices et les militantes étaient investies dans ce projet et leurs attentes étaient énormes. Les fondatrices du magazine voulaient faire entrer le féminisme dans les maisons américaines de manière subtile et pérenne, permettant à des millions des femmes d'avoir un premier contact ou une relation très proche avec les combats et les actions féministes.

Toujours selon Amy Farrell⁴⁰⁴, cet aspect à la fois rassembleur et engagé constituait, en même temps, la force et la faiblesse de *Ms*. L'auteur défend l'idée que les bases commerciales du magazine limitaient son militantisme en tant que publication féministe et vice-versa. Parce que *Ms* voulait garder son caractère engagé, son côté commercial –et peut-être plus séduisant pour beaucoup de femmes qui n'étaient pas encore intéressées par le féminisme- ne pouvait pas s'exprimer de manière optimale et d'un autre côté, son fond révolutionnaire ne permettait pas au magazine de ressembler aux autres publications plus « traditionnelles » et « commerciales ».

C'est là la principale différence entre *Spare Rib* et *Ms*, le premier niait toute association avec l'univers commercial et stéréotypé des magazines féminins pour la constitution d'un public

⁴⁰³ Winship, J. (1987). *Inside Women's Magazines*. NY: Pandora.

⁴⁰⁴ Op.cit.402.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

véritablement engagé, tandis que le deuxième utilisait cet univers là pour toucher plus de lectrices et, peut-être, créer plus de militantes.

Dès le début, *Ms* assurait être un outil en faveur de la transformation de valeurs culturelles et sociales en détruisant les stéréotypes qui entouraient l'image de la femme et en valorisant le développement personnel à travers la fraternité et l'union entre les militantes féministes.⁴⁰⁵ L'individuel était vu comme le point de départ pour une prise de conscience plus collective et engagée, le militantisme féministe était un choix très personnel et le magazine souhaitait avant tout donner les instruments pour que ses lectrices puissent prendre leur décision de manière consciente et durable.

Ms était une voix qui prônait la transformation individuelle comme base principale pour la construction d'un véritable féminisme. En accord avec le slogan des militantes américaines, « L'individuel est politique », le magazine liait les revendications féministes à la nécessité de changements profonds dans la société et dans la culture du pays.

Tout au long des années 1970 les très populaires « groupes de parole » se développèrent de plus en plus –et ça des deux côtés de l'Atlantique. Utilisé par les militantes égalitaires américaines et les militantes socialistes britanniques, ces réunions n'étaient pas considérées comme de la « thérapie », mais comme une opportunité de s'informer et de s'éduquer sur la façon dont ses propres expériences personnelles pouvaient être utilisées pour une meilleure compréhension des enjeux et des luttes féministes. *Ms*, tout comme *Spare Rib*, eut un rôle très important dans la réussite de ces groupes, les magazines constituant l'instrument le plus simple et le plus populaire pour leur diffusion et leur développement. Tout commençait par la simple lecture d'une publication féministe.

« Ces groupes de parole sont un endroit libre, un endroit pour être honnête. Il s'agit de réunions entre amies, des amies qui ne sont pas là pour juger, mais pour soutenir et échanger. C'est comme penser « vous vous sentez comme ça également ? Merci mon dieu, je ne suis pas la seule ! ». C'est un endroit pour se découvrir ! Avec le temps, nous découvrons aussi les

⁴⁰⁵ Op.cit. 395. p.60.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

véritables relations que les femmes ont avec cette société, nous trouvons des manières pour changer et améliorer nos vies et la vie de toutes les femmes de ce pays ! »⁴⁰⁶

Ms a été un symbole du féminisme américain, un magazine qui a marqué toute une génération de lectrices et de militantes. Il fut le premier magazine du pays à publier des articles écrits par des noms importants du mouvement, qui demandaient l'abrogation des lois qui criminalisait l'avortement ; le premier à expliquer et à défendre le *Equal Rights Amendment* ; à évaluer les candidats à la présidentielle sur les questions féminines ; à mettre la violence familiale et le harcèlement sexuel en couverture d'une publication féminine ; à présenter une manifestation contre la pornographie ; à publier une étude nationale sur le viol et à tirer la sonnette d'alarme sur l'influence et la manipulation du capitalisme sur les médias.

Ces magazines sont des témoignages des débats et des questions soulevés par les mouvements féministes américain et britannique. Tant *Spare Rib* que *Ms* sont des sources extrêmement riches pour l'étude de la relation entre féminisme et le quotidien des femmes⁴⁰⁷.

Même si différents sur plusieurs aspects, *Spare Rib* et *Ms* peuvent être décrits comme les magazines féministes les plus populaires dans les deux pays. Leur importance historique a été soulignée par divers auteurs. Janice Winship⁴⁰⁸, qui comparait *Spare Rib* avec les magazines féminins de la même époque, le décrivait comme un magazine de « libération » pour la femme. Cela signifiait que la publication avait un rôle important dans l'articulation des débats et des questions soulevées par le mouvement féministe britannique. En même temps, *Ms* était également considéré comme une source essentielle pour la cause féministe aux Etats-Unis, la publication était un symbole populaire reconnu pour et par les femmes. Cette dimension sociale et culturelle des deux publications ne peut pas être niée ou questionnée, les analyser est mettre en évidence une vision et un savoir-faire unique et singulier.

Pendant des décennies ces deux magazines ont servi les mouvements féministes américains et britannique essentiellement de deux manières : comme un véritable outil de soutien et de

⁴⁰⁶ *Ms*, Juillet 1972.

⁴⁰⁷ Cela est possible grâce à la récente digitalisation de *Spare Rib*, organisée par la *British Library*, et par la consultation en ligne des anciennes parutions de *Ms*.

⁴⁰⁸ Winship, Janice. 1987. *Inside Women's Magazines*. Londres: Rivers Oram Press/ Pandora List.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

valorisation des idées et des actions menés par le féminisme et, en même temps, comme un moyen d'entreprendre des discussions, de conquérir de nouvelles militantes et, surtout, de moderniser et de redéfinir le mouvement.

Spare Rib et *Ms* militaient pour bouleverser les stéréotypes et les idéologies traditionnels, pour lancer une nouvelle manière de représenter les femmes et pour complètement refaçonner les magazines féminins. Leur force, chacun à sa manière, était de concilier leur caractère militant et informatif et leur capacité à attirer de plus en plus de lectrices et, donc, de futures féministes. Même si *Spare Rib* était beaucoup plus « radical », explicite et dissocié de l'univers éditorialiste « commercial » que *Ms*, les deux magazines avaient le même objectif final : transformer la réalité des femmes américaines et britanniques.

Les deux publications ont rompu avec le schéma visuel des publications féminines traditionnelles, bien que *Ms* ait gardé un côté encore beaucoup plus commercial que *Spare Rib*. Ces magazines ont abdicé des conventions et des préjugés sur ce à quoi une revue dédiée aux femmes devrait ressembler : leurs couvertures montraient de « vraies » femmes et non des représentations idéalisées et utopiques du quotidien des lectrices, les gros titres étaient souvent scandaleux et inspiraient des débats, les couleurs étaient plus sobres, les lettres plus petites, les publicités moins nombreuses et, notamment, plus « qualitatives ». Les équipes éditorialistes des deux magazines cherchaient à montrer aux médias populaires que les femmes aussi étaient capables de construire des publications à succès, mais avec une différence fondamentale : la femme n'était plus la « lectrice » ou la « consommatrice » à « convaincre », mais la raison et le combat pour lequel ces magazines militaient.

Le questionnement autour de ce qui peut être véritablement défini comme une « organisation féministe » est présent depuis le début des années 1970, avant même la création de *Spare Rib* et de *Ms*. Certains spécialistes, comme Patricia Martin⁴⁰⁹ et Marilyn Crafton Smith⁴¹⁰, considèrent qu'une organisation est féministe à partir du moment où ses valeurs et sa philosophie est féministe, indépendamment du fait de savoir si cette organisation est gérée de manière traditionnelle ou alternative. A partir de cette définition, largement acceptée et

⁴⁰⁹ Yancey Martin, P. (1990). Rethinking Feminist Organizations. *Gender and Society*. 4(2) :182-206.

⁴¹⁰ Crafton Smith, M. (1999). Woman Created, Woman Transfigured, Woman Consumed : An Introduction. *NWSA Journal*. V.11 N°2. 7-13.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

diffusée actuellement, *Spare Rib* et *Rib* –chacun à sa manière- peuvent et doivent être considérés comme des organisations féministes : les deux magazines ont été créés pour diffuser les idées féministes à un public le plus large et le plus diversifié possible, pour accroître les revenus du mouvement féministe, pour répondre aux besoins et aux revendications des militantes et, pour prouver qu'une nouvelle manière d'administrer était possible, moins hiérarchique et plus participative. Que cela soit pour « populariser » le féminisme, motiver les lectrices à chercher leur propre voie ou transformer l'industrie des publications féminines, ces deux magazines ont été fondamentaux pour le féminisme américain et britannique des années 1970 et même encore aujourd'hui.

La création de *Spare Rib* et de *Ms* soulevait l'espoir de rendre le mouvement féministe populaire et efficace, d'augmenter le nombre de militantes et de faciliter le changement du quotidien des américaines et des britanniques. Néanmoins, la possibilité d'échec, de ridiculiser les conceptrices des deux magazines –Marsha Rowe et Rosie Boycott pour *SR* et Gloria Steinem et Dorothy P. Hughes pour *Ms*- et d'anéantir le mouvement féministe dans les deux pays a toujours été présente. En étant des publications féministes, les deux titres défiaient la presse féminine traditionnelle, ainsi que l'industrie publicitaire ; la volonté de ne pas céder au côté excessivement commercial a toujours été un choix délibéré, ainsi que le militantisme et l'engagement des articles publiés.

« Beaucoup de militantes et de journalistes voyaient ce (s) magazine (s) comme un nouveau « genre » qui pouvait parler aux femmes dans tout le pays et faire tomber toute barrière de mode de vie, d'éducation, de classe sociale et de race. Plus important encore, ils servaient non seulement comme un outil de sensibilisation au féminisme, mais aussi comme un instrument pour lancer le débat sur le rôle des médias dans le mouvement féministe. »⁴¹¹

Le simple fait que les deux publications aient provoqué autant de débats et de controverses parmi les militantes prouve que *Spare Rib* et *Ms* suscitaient un énorme espoir pour l'avenir. Les créatrices des deux magazines espéraient que leurs revues pourraient faire rentrer le

⁴¹¹Op. cit 402.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

féminisme chez les lectrices comme « une araignée dans le bol de fruit »⁴¹², de manière discrète mais efficace.

Spare Rib et *Ms* avaient un rôle de forum de discussions entre lectrices, journalistes, féministes et militantes. Ce statut là leur a donné une position essentielle dans l'éventail de ressources utilisées comme témoins et représentations du passé. L'utilisation des magazines féminins comme participants actifs à des reconstructions et analyses des combats et des réalités des mouvements féministes américain et britannique ne fait que confirmer leur fonction de « trésor » du féminisme passé, présent et futur.

⁴¹² Op.cit. 396.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

CONCLUSION

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

L'analyse des magazines féminins américains et britanniques des années 1950 aux années 1970, les représentations de la femme et de son rôle dans la société, ainsi que l'interprétation des messages qui transparaissent de ces publications ont été les principes fondamentaux de la thèse ici présentée. Ces magazines ont été étudiés dans le but d'analyser les représentations des femmes et de l'image mythifiée de la « femme parfaite » et leur impact sur les lectrices, ainsi que de questionner cette vision idéaliste des femmes, de comprendre la transformation de ces ménagères en féministes engagées à la fin des années 1950 et, finalement, d'établir une comparaison entre les mouvements féministes américains et britanniques des années 1950 aux années 1970. Cette étude a examiné les magazines des années 1950, 1960 et 1970 en tant que participants à l'évolution des valeurs culturelles qui redéfinissaient la vie domestique américaine et britannique après la Seconde Guerre Mondiale ; l'analyse a donc porté sur les multiples rôles des magazines – entreprises, conseillères pour des questions sociales et familiales, diffuseur d'idéologies ou, tout simplement, source de divertissement et d'informations. L'interaction de ces publications avec d'autres éléments culturels des deux pays, dont la politique, l'économie, les nouvelles technologies et les études psychologiques et sociales ont également fait partie de la recherche ici proposée. Le corpus d'analyse se constituait des principaux magazines féminins qui avaient une part importante dans la construction de l'idéalisation de la femme américaine et britannique : *Ladies' Home Journal*, *Good Housekeeping* et *McCall's* aux Etats-Unis et *Housewife*, *Women's Day* et *My Home* au Royaume-Uni. Faisant également partie des magazines sélectionnés pour le développement des études, la publication américaine *Ms* et la publication britannique *Spare Rib* ont marqué une transformation profonde dans la presse féminine dite « traditionnelle » vers une presse plus militante, plus engagée et clairement plus féministe.

Le premier chapitre, « *L'après-guerre aux Etats-Unis et au Royaume-Uni : la construction d'un nouveau mode de vie* » a analysé les contextes historiques des deux pays ainsi que le rôle et le pouvoir exercés par les médias, spécialement par les magazines féminins. En effet, le nouvel *American Way of Life* et ses ramifications sur la société, la culture, la famille, la femme et la presse américaine a été largement décortiqué. Une toute nouvelle génération de jeunes femmes s'est créée et leurs mentalités se formaient autour de l'idéologie de la *perfect housewife*. Ensuite, la nouvelle société britannique a également été analysée, la période

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

d'affluence, les transformations culturelles et la nouvelle place de la femme britannique ont complété la recherche.

Le second chapitre, « *Les années 1950 : l'idéologie de la « femme parfaite* » a été rédigé dans une perspective plus critique et plus comparative. Les recherches se sont concentrées sur l'éveil du sentiment de frustration chez les « femmes au foyer » et sur la façon avec laquelle la presse féminine des deux pays participait à la construction de l'idéologie de la *perfect housewife*. Le principal questionnement de ce chapitre était à quel point les messages subliminaux et les contenus publiés étaient assimilés par les lectrices et comment ces magazines façonnaient le mode de vie et les familles de ces lectrices.

Le troisième et dernier chapitre, « *Les années 1960 : la crise d'identité de la femme et la quête pour un nouveau rôle dans la société* », a été consacré à l'analyse du début de la deuxième vague du mouvement féministe pendant les années 1960 et son impact sur la presse féminine. La fin de ce chapitre analyse également la transition de la presse féminine dite « traditionnelle » vers des publications clairement féministes pendant les années 1970, ces magazines n'étaient pas seulement les témoins de la « révolution féministe », mais ils étaient avant tout le résultat d'une « nouvelle femme ».

L'un des objectifs primordiaux de cette recherche a été de démontrer que l'évolution de ce sentiment de frustration vers une véritable lutte féministe pour les droits des femmes a fait des années 1950, 1960 et 1970 une période primordiale pour l'émancipation féminine. Une étude méticuleuse a examiné et comparé les mouvements féministes aux Etats-Unis et au Royaume-Uni afin d'établir une représentation complète et détaillée des deux sociétés pendant la période. Le développement de la société de consommation dans les années 1950, les magazines féminins, les publicités et autres moyens de construction de l'idéologie de la « femme parfaite » ont été comparés et observés pour en extraire des différences, des similitudes et des influences entre les mouvements féministes américain et britannique de l'après-guerre.

Pour cet effet, les recherches menées ont été fondées et menées selon la méthodologie comparatiste. En effet, les sources primaires, comme les articles et les images des magazines

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

féminins de l'époque –facilement disponibles sur les sites des publications ou, plus récemment, sur le catalogue en ligne de la *British Library*- et les sources secondaires, constituées des ouvrages et des travaux menés sur le sujet depuis les années 1950, ont été traités de manière impartiale et critique, dans l'objectif d'établir une juxtaposition entre les cultures et les mouvements féministes américain et britannique. Effectivement, les médias sont des sources secondaires quand ils rapportent des analyses sur des événements récents mais ils sont des sources primaires quand ils se contentent de relater les faits. Avec le temps leur statut évolue et ils deviennent des sources primaires qui montrent comment les événements sont perçus au moment où ils se sont produits.

Les atouts de l'approche comparative en histoire sont bien connus : identifier des questions et problèmes invisibles au premier regard, relativiser les constats sur l'innovation, le retard ou les spécificités de certains processus, élaborer et tester des explications causales, permettre de prendre de la distance par rapport aux évidences. Or, tous ces atouts sont d'une importance cruciale pour l'histoire des femmes.

« Rien n'empêche d'utiliser les objectifs traditionnels de la comparaison pour explorer les tendances supranationales. L'intérêt pour les schémas mondiaux d'interaction ne doit pas inciter à abandonner la comparaison des cas nationaux. Car il ne faudrait pas oublier à quel point l'Etat a structuré, et structure encore, le destin des femmes et des hommes. L'histoire comparative est gratifiante. Sans elle, nous serions dans l'incapacité de découvrir nos ressemblances et nos différences, qui seules peuvent nous dire s'il sera possible de vivre ensemble de manière harmonieuse et productive au long du siècle à venir. »⁴¹³

C'est là l'originalité et la principale contribution de l'analyse ici proposée : l'accord entre sources primaires et sources secondaires pour la définition d'une comparaison critique des similitudes et des spécificités de deux cultures et de leurs implications sur le mouvement féministe et sur la presse féminine *et* féministe de ces deux pays.

Pour cela, dans un premier temps, les analyses se sont focalisées sur les principaux auteurs qui ont démontré la vraie réalité des femmes au foyer dans les deux pays pendant les années

⁴¹³ Bonnie, A. (2000). *Joyous Greetings : The First International Women's Movement, 1830-1860*. NY : Oxford University Press. p. 56.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

1950 et 1960. La rupture de l'image idéaliste de la période comme « l'âge d'or » des Etats-Unis et du Royaume-Uni était le principal objectif des deux premières parties des recherches, ce qui a permis une meilleure compréhension des frustrations ressenties par les *perfect housewives* et de leur longue évolution vers des attentes plus féministes.

Après l'analyse des moyens utilisés par les cultures américaine et britannique de l'époque pour la construction de l'idéologie de la *perfect housewife*, ainsi que le rôle joué par la presse féminine dans cette idéalisation de ses lectrices, il était enfin possible de comprendre les raisons et les conséquences de ce système. Les femmes, dans les deux pays, étaient cernées pas les images de « perfection » absolument partout, dans les émissions télévisées, la radio, et, surtout, dans les magazines féminins.

L'idéologie de la « femme au foyer » était la principale caractéristique des Etats-Unis et du Royaume-Uni de l'après-guerre, néanmoins, la vie de famille et le rôle de « femme au foyer » et de « mères parfaites » avaient laissé la grande majorité des Américaines et des Britanniques complètement épuisées, déprimées et désespérées. Avec l'insatisfaction permanente de ces femmes, la question « Ma vie ne se résume qu'à ça ? » devenait une problématique nationale des deux côtes de l'Atlantique, le « problème des femmes au foyer » devenait de plus en plus une véritable menace pour l'image de perfection que les deux cultures essayaient, tant bien que mal, de construire.

Comme déjà vu dans les chapitres antérieurs, la publication de *The Feminine Mystique* par Betty Friedan en 1963 a lancé un appel national –et international par la suite- aux femmes qui partageaient ce sentiment de frustration, un appel révolutionnaire pour des changements et, surtout, pour l'espoir. C'est cet appel qui a relancé le mouvement féministe, né d'un besoin collectif de transformer les idéologies et les valeurs de toute une génération : un nouvel idéal féministe était lancé. Malgré leurs diversités, les différents groupes féministes, américains et britanniques, luttèrent pour le même objectif : une nouvelle femme, émancipée et libre de vivre sa vie sa guise.

De cette manière, la principale contribution de cette thèse est la définition précise de l'évolution des Américaines et des Britanniques de « femmes au foyer » déprimées et dominées pendant les années 1950 à des féministes engagées et combatives durant les années

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

1960 et 1970, ainsi que d'une vision réaliste et critique de l'important rôle que la presse féminine et féministe a joué dans cette transition.

La compréhension de la transformation de ces femmes qui ont grandi dans la culture des années 1950, où la définition et la séparation des sexes étaient formellement définies, en féministes et instigatrices de mouvements sociaux paraît essentielle. Quelles expériences ont vécu ces femmes blanches de classe moyenne ? Quelles étaient les éléments qui ont contribué à cette transformation ? Les réponses à ces questions et les résultats présentés dans cette thèse permettent ainsi d'établir que les mouvements féministes des deux pays se ressemblaient certes, mais que les forces culturelles, sociales et politiques respectives ont créé deux modèles de féminisme différents, qui, de la même manière, se sont ramifiés et développés dans les divers courants du mouvement.

En effet, le modèle féministe américain était unique et pour cela il a inspiré et façonné beaucoup d'autres mouvements dans le monde, mais son principal impact et contribution a été, sans aucune doute, sur le féminisme britannique. Même si, évidemment, les spécificités des deux pays ont modulé leurs idéologies et leur militantisme de manière différente, le combat était le même : l'égalité entre les sexes.

Pour les Américains, les conditions de vie d'une personne étaient essentiellement fondées sur sa race, sur comment une personne brisait les barrières sociales, culturelles et économiques imposées par sa couleur de peau pour réussir à s'intégrer dans le nouvel *American Way of Life*. Cependant, les Britanniques avaient une vision purement économique des interactions sociales, elles étaient fondées sur les différences de classes sociales, qui, en réalité, étaient transitoires: la notion d'évolution et de transformation était plus intrinsèque à la culture britannique qu'à la culture américaine. Comme résultat, une des principales différences entre le féminisme américain et le féminisme britannique était le fait qu'aux Etats-Unis le mouvement avait une forte influence de théories raciales et de leurs profonds préjugés. Au Royaume-Uni l'idée de différenciation sociale avait un impact beaucoup plus fort que la différenciation raciale et cela était le résultat de l'esprit plus socialiste et plus engagé de la culture britannique.

Ceci dit, il semble important donc de comprendre que l'influence du féminisme américain fut immense car les deux pays ont un très fort lien historique, politique et économique depuis des

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

siècles. En effet, d'un côté, la société américaine était assez similaire à la société britannique pour se prêter à des comparaisons, et de l'autre, suffisamment différente pour créer un modèle féministe distinct. Néanmoins, comme corrobore David Bouchier⁴¹⁴, cela ne voulait pas dire que les militantes britanniques manquaient d'idées ou de causes pour lesquelles se battre : leur mouvement n'était pas fondé sur des documents constitutionnels (comme était le cas des Américaines avec l'ERA) mais sur des difficultés sociales et économiques vécues par les Britanniques après les années de guerre, des conditions de vie difficiles ont poussé ces femmes à s'intéresser de plus en plus aux ouvrages et articles des grands noms du féminisme américain.

Par ailleurs, les échanges sociaux et culturels entre les Etats-Unis et le Royaume-Uni étaient déjà très forts pendant le début du XXème siècle : le mouvement suffragiste, le développement des syndicats et des acquis sociaux étaient des idéaux partagés entre les deux pays. De manière beaucoup plus populaire et rapide, le cinéma, la musique et la presse écrite avaient déjà lié les deux cultures et changé les préjugés des uns sur les autres. De nombreux investissements américains avaient transformé le marché britannique et la façon dont les Britanniques consommaient. Les grands magasins, déjà très populaires aux Etats-Unis, étaient de plus en plus présents de l'autre côté de l'Atlantique.

Effectivement, la quête d'une vie « parfaite », le développement de la société de consommation, l'idéalisation de la femme, les mouvements sociaux et, notamment, la nécessité d'effacer les années de guerre et de difficulté ont marqué les sociétés américaine et britannique de l'époque. Les *moral panics* qui caractérisaient la culture américaine de l'après-guerre ont également influencé la société britannique mais interprétées autrement : au Royaume-Uni les menaces contre la société, telles que le *rock'n' roll*, la délinquance des jeunes, le divorce, les libérations sociale et sexuelle, les féministes et, particulièrement, Hollywood, étaient considérées comme de la responsabilité des Américains.

⁴¹⁴ BOUCHIER, David. (1983). *The feminist challenge: the movement for women's liberation in Britain and the USA*. Londres : Macmillan Press.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Néanmoins, les deux pays ont maintenu leurs différences fondamentales. Les Américains recherchaient beaucoup plus la réussite individuelle tandis que les Britanniques valorisaient la solidarité et la collectivité. La religion et les valeurs morales traditionnelles, largement suivies aux Etats-Unis, rencontraient toujours une forte résistance au Royaume-Uni. Le syndicalisme, omniprésent dans la culture britannique, ne trouvait pas vraiment d'écho en Amérique; les Américains ne s'engageaient pas en politique autant que les Britanniques mais les mouvements sociaux étaient beaucoup plus nombreux aux Etats-Unis qu'au Royaume-Uni.

Selon Jean Fourastié⁴¹⁵, pendant les années 1950 les Britanniques reconstruisaient encore leur pays et leur industrie, le rationnement d'aliments et de beaucoup de produits de première nécessité a duré jusqu'à 1949 et la population commençait à peine à ressentir les changements apportés par cette toute nouvelle période d'affluence économique. Après la fin de la Seconde Guerre mondiale la situation de l'économie était désastreuse, son endettement extérieur était quinze fois supérieur à ses réserves d'or et de devises. Les exportations n'atteignaient pas 30 % du niveau d'avant-guerre, le pays a dû faire face à des problèmes économiques persistants, tels que la pression sur la monnaie, un déficit de la balance générale des paiements, l'inflation et les difficultés de son système industriel. Le Royaume-Uni était l'« homme malade de l'Europe ».

Au même moment, aux Etats-Unis, l'économie n'avait pas été aussi florissante depuis le début du XXème siècle, les salaires augmentaient régulièrement ainsi que la consommation, le pays était la seule grande puissance alliée restée intacte : le territoire américain n'avait pas été envahi et n'a pas connu de destructions massives. Alors que les concurrents européens connaissaient une importante crise monétaire, les réserves américaines en or demeuraient intactes, de même que l'agriculture et l'industrie. En 1950, le PNB des États-Unis était estimé à 1 456 milliards de dollars, soit 27,1 % du PNB mondial, son rival immédiat, l'URSS, possédait 9,6 % du PNB mondial. Pendant la décennie, la croissance annuelle des Etats-Unis était estimée à 3,5% par an, tandis que celle du Royaume-Uni était de 2,7%.⁴¹⁶

Des deux côtes de l'Atlantique une révolution culturelle a transformé les mentalités et les exigences : la musique, le cinéma et la presse des deux pays se sont influencés constamment.

⁴¹⁵Fourastié, J. (1979). *Les Trente Glorieuses ou la révolution invisible de 1946 à 1975*. Paris : Fayard.

⁴¹⁶ Ibid. p.156.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Les nouveaux idéaux pour la paix, l'égalité raciale et l'égalité des sexes caractérisaient désormais toute une génération de nouveaux militants. Mais l'égalité n'était pas suffisante, ces nouvelles féministes engagées s'impatientaient et exigeaient plus, beaucoup plus. Comme résultat, un renouveau du mouvement féministe s'est développé de plus en plus aux Etats-Unis, mais aussi au Royaume-Uni ; il ne s'agissait pas uniquement de revendiquer des droits ou l'égalité, mais bien la liberté de disposer de son propre corps. L'accès à la contraception gratuite et la dépénalisation partielle de l'avortement mobilisaient les énergies, ainsi que la libération sexuelle et la reconnaissance et la pénalisation de la violence dans la sphère privée et la dénonciation du harcèlement sexuel et du sexisme quotidien comme moyen de maintien de la subordination des femmes. Ce nouveau féminisme se caractérisait par une volonté d'indépendance vis-à-vis de toute organisation établie, institutions traditionnelles ou partis politiques.

Toutes ces spécificités politiques, économiques, religieuses, culturelles et sociales ont fait que les deux pays ont développé leur mouvement féministe de manière différente durant les années 1950, 1960 et 1970 : aux Etats-Unis, un féminisme plus libéral, « élitiste », conservateur et individuel et qui a évolué vers un mouvement radical, populaire, spectaculaire et plus collectif ; au Royaume-Uni, un féminisme, dès ses débuts, très politisé, socialiste même, plus discret et beaucoup moins médiatisé.

Comme déjà vu auparavant, aux Etats-Unis, Betty Friedan regroupe en 1966 au sein du NOW, le *National Organization of Women*, les féministes libérales égalitaires, dont les axes de lutte prioritaires étaient la liberté individuelle et l'égalité des droits et leur objectif principal était de permettre aux femmes de participer pleinement à la société sur un pied d'égalité avec les hommes. Pour elles, les causes principales de l'oppression des femmes étaient liées aux lois injustes, aux mentalités ou aux valeurs individuelles rétrogrades. Dans tous les domaines de la vie, l'éducation, le monde du travail, les partis politiques, les syndicats, ou encore la famille, ces militantes voyaient des préjugés et des stéréotypes défavorables aux femmes.

Leur stratégie de changement consistait à introduire des réformes, à socialiser autrement les enfants, à réajuster le système aux besoins et aux réalités des femmes, à reformer l'éducation et les mentalités, ce qui aboutirait à un changement de société plus significatif et permanent.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Une lutte était également menée pour le changement des lois discriminatoires, les féministes égalitaires s'en prenaient aux rôles plutôt qu'aux structures, elles restaient attachées aux normes familiales, aux règles du jeu politique et à l'individualisme de la société américaine.

A la fin des années 1960 l'effervescence sociale et culturelle était fortement marquée par les idéaux de gauche, cela était le cas aux Etats-Unis, mais surtout au Royaume-Uni : pratiquement tous les écrits se référaient au marxisme, soit pour s'en revendiquer, soit pour s'en démarquer. De cette perspective une autre vision du féminisme a vu le jour, le féminisme socialiste –souvent fusionné avec le féminisme radical au Royaume -Uni. Pour ces militantes c'était l'organisation économique et le système capitaliste qui expliquait l'exploitation des femmes et des hommes, l'oppression des femmes coïnciderait ainsi avec l'apparition de la propriété privée, l'arrivée de la société divisée en classes et l'avènement du capitalisme.

Alors que la main d'œuvre féminine a toujours été exploitée, les féministes socialistes considéraient le capitalisme et le système patriarcal comme les principales causes de l'oppression des femmes et de leur confinement à la sphère privée de la famille, au travail domestique et maternel gratuit à la maison.

Pour mettre fin à ce qu'elles appelaient « l'exploitation des femmes », les militantes socialistes préconisaient l'abolition de la société capitaliste divisée en classes. Cependant, à l'intérieur du mouvement marxiste il était mal vu de revendiquer une lutte autonome des femmes, cette « lutte contre les hommes » étant perçue comme une « dispersion des forces nuisible et inutile » puisque les deux sexes seraient exploités et profiteraient de la chute du capitalisme de la même manière. Comme réponse à la persévérance des militantes, le mouvement féministe a fini par être qualifié de « mouvement individualiste bourgeois », même si à l'intérieur même du mouvement marxiste les revendications étaient très semblables à celles des féministes : l'égalité salariale et des chances dans l'emploi, la réforme du système éducationnel, les droits à l'organisation de garderies ou encore, le droit à l'avortement libre et gratuit.

Sur le plan de la pensée comme sur le plan de l'action, il s'agissait d'une autre façon de penser les rapports hommes-femmes : la pensée socialiste/ radicale britannique niait les explications égalitaires américaines perçues comme superficielles. Les femmes constitueraient une classe politique dans la mesure où elles étaient individuellement et collectivement exploitées et

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

opprimées par la classe des hommes à des fins de production et de reproduction. L'ennemi principal était donc le pouvoir des hommes, les hommes comme classe sexuelle. Leur objectif ultime était le renversement du patriarcat, ce qui signifiait la réappropriation par les femmes du contrôle de leur propre corps, ainsi que des alternatives culturelles et sociales féministes: création d'espaces féminins comme les centres de santé, les maisons d'hébergement pour femmes victimes de violence, les maisons d'édition, librairies, magazines féministes etc...

Les deux courants de pensée font apparaître que le mouvement social des femmes s'alimentait donc des contextes politiques. Selon les époques, il pouvait, par exemple, avancer sur des questions publiques (comme le droit de vote jusqu'au milieu du XXème siècle), sur des questions d'autonomie sexuelle (participant ainsi à la révolution culturelle des années 1960 et 1970), ou encore, sur des questions d'égalité au travail, comme dans le contexte de mai 1968 où l'effervescence sociale et les idéaux de gauche ont fortement marqué le mouvement féministe dans les deux pays.

« Si la première vague était surtout centrée sur les revendications d'égalité, la deuxième vague, celle des années 70', se fonde sur une reconnaissance de l'impossibilité sociale de fonder cette égalité dans un système patriarcal. (...) Prolongeant les revendications des mouvements noirs américains, *Black Power* puis *Black Panthers*, les féministes ouvrent ainsi la voie aux mouvements multiculturalistes des années 1980-1990 en dénonçant les valeurs universalistes comme étant celles des groupes dominants. »⁴¹⁷

Ces deux visions du féminisme étaient, donc, complémentaires, ce qui permet d'identifier des points de repère à partir desquels l'évolution de la pensée féministe peut être comprise : tandis que pour les féministes socialistes britanniques l'analyse et la modification du système patriarcat était centrale (pour combattre le système capitaliste il faudrait d'abord abolir le patriarcat), pour les féministes égalitaires américaines, l'analyse anticapitaliste était essentielle (si on abolit le capitalisme, la chute du patriarcat suivrait), mais ces changements ne pourraient pas transformer complètement les sociétés, juste les améliorer et les adapter aux besoins des femmes.

⁴¹⁷ Hirata, Helene, e.a. (2000), op. cit. p. 126

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Ces différents courants se distinguent : (...) par la lecture qu'ils font de la division sociale des sexes et de la problématique de la libération (...) par leur filiation théorique, leurs outils conceptuels et leur vision du monde (...) par le lieu où la nature de leur regard, les dimensions d'analyse qu'elles privilégient (...) par les enjeux relationnels et sociopolitiques qu'ils font ou non surgir. »⁴¹⁸

Aux Etats-Unis, le féminisme égalitaire défendait une foi profonde dans l'autonomie de la personne, l'intervention de l'État dans les affaires personnelles devait être réduite au minimum, ainsi que dans la croyance que les capacités d'une personne étaient individuelles et non basées sur des facteurs comme le sexe, la race ou la religion. Comme résultat, la libération des femmes n'affecterait pas complètement l'ensemble des idéologies et des valeurs traditionnelles, mais elle enlèverait aux hommes leur position privilégiée, elles les libéraient de l'entière responsabilité de supporter leur famille et de défendre le pays, tout en leur demandant de contribuer sur une base égalitaire au travail domestique. La libération coïnciderait donc avec la fin de la discrimination en tous domaines, avec l'égalité de droits pour les femmes, leur autonomie, leur accession, dans les cadres économique, social, culturel et privé. Pour cela, le principal moyen préconisé par Friedan n'était pas simplement, comme le suggère Atkinson, un effort de compréhension qui ferait disparaître la discrimination comme par enchantement, mais plutôt une action politique réaliste et concrète et à laquelle les hommes pourraient collaborer de manière positive. En effet, l'objectif était de libérer les femmes de la discrimination dans tous les domaines ; il ne s'agissait pas de dénoncer le mariage en tant que tel, ni le fait d'avoir des enfants, mais de s'en tenir aux changements possibles dans le contexte de l'époque, d'une révolution effectuée à long terme pour la libération des femmes — et des hommes — à l'égard des mythes, stéréotypes et institutions sexistes.

Les féministes égalitaires ont donc réclamé pour les femmes l'égalité des droits avec les hommes : égalité de l'accès à l'éducation, égalité dans le champ du travail, en matière d'occupations et de salaires, égalité dans le champ des lois : des lois civiles (capacité juridique pleine et entière), des lois criminelles (rappel de toutes mesures discriminatoires) et

⁴¹⁸ Descarries, Francine. 1998. Le projet féministe à l'aube du XXI^e siècle : un projet de libération et de solidarité qui fait toujours sens. *Cahiers de recherche sociologique*. Numéro 30, 1998, p. 179–210

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

égalité politique (comme par exemple le droit de vote). L'égalité complète permettrait aux femmes de participer pleinement à la société, sur un pied d'égalité avec les hommes. Ce courant s'est fondé sur la philosophie libérale, cela signifiait que ces militantes voyaient la société capitaliste comme perfectible, avec une grande capacité de réforme : elle serait simplement mal ajustée aux femmes.

Parallèlement, le féminisme britannique –plus socialiste que radical- niait à la fois la thèse libérale qui défendait l'idée que l'oppression des femmes résidait uniquement dans un manque de droits politiques ou civils, et aussi la thèse marxiste qui pensait que cette oppression résultait de la division de la société en classes. Pour ces militantes, et cela peut sembler une régression au conservatisme, les racines de l'oppression avaient aussi des raisons biologiques : la faiblesse liée au fait de porter des enfants rendrait les femmes dépendantes des hommes pour leur survie physique, car l'asservissement de la femme par l'homme constituerait la forme de base de l'oppression, antérieure à l'institution de la propriété privée et de la domination. Ce courant portait une égale attention au sexe -appelé « le patriarcat »- et aux classes sociales -appelé « le capitalisme »- dans leurs analyses de l'oppression des femmes. Les féministes socialistes tentaient ainsi de comprendre comment le patriarcat s'articulait au capitalisme et vice-versa.

Dans cette perspective, la libération des femmes passerait par une révolution biologique qui, grâce aux progrès de la technologie, les délivrerait de cette inégalité fondamentale qu'est la tâche de porter des enfants : l'oppression des femmes, source et cause de toutes les autres formes d'oppression, découlerait donc de leur exclusion du monde public et de leur confinement à des tâches domestiques privées. Elle serait abolie uniquement à travers l'intégration de la femme à la sphère publique -qui mettrait fin à leur dépendance économique- et par la socialisation du travail domestique, le mariage monogame ne reposerait dès lors que sur l'amour réciproque entre deux personnes libres et égales. Un mouvement autonome des femmes serait donc nécessaire, mais il devrait s'intégrer à l'ensemble de la lutte révolutionnaire, parce que l'ennemi principal serait le capitalisme ou la collusion entre celui-ci et le patriarcat.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Étant donné que les femmes ne peuvent pas transformer la réalité seules, elles doivent aussi trouver des moyens de travailler politiquement avec les hommes sans être dominées par eux, ils peuvent même être en mesure de contribuer à ces transformations. »⁴¹⁹

Si, comme Jaggar⁴²⁰ le suggère, le mouvement féministe peut être défini par la conviction que la situation sociale des femmes est injuste et doit être modifiée, il semble clair que ces deux tendances se caractérisaient par leur façon d'analyser l'oppression et par leurs propositions de libération, c'est-à-dire, de transformation des sociétés. Une première distinction doit être établie entre transformation partielle et transformation globale, ce qui distinguait le féminisme réformateur du féminisme révolutionnaire. Le premier correspondrait, selon l'auteur, au féminisme égalitaire, pour lequel l'oppression des femmes, fondée sur leur sexe, pouvait être résolue par des réformes légales destinées à éliminer ce qui entraverait leur accès à la sphère publique en leur conférant des droits qui devraient leur donner l'égalité des chances. Ces modifications sociales et culturelles étaient certes fondamentales, mais elles ne devraient pas inverser l'ordre des choses complètement.

Quant au féminisme révolutionnaire, il fait référence à la tendance socialiste, une vision plus globale et beaucoup plus radicale des efforts et des changements nécessaires pour l'élimination de l'oppression des femmes.

Cependant, aucune de ces deux conceptions ne se présentait comme une tentative de description exhaustive des tendances du féminisme de l'époque, au contraire, elles étaient expressément polémiques. De plus, nombre de ces textes remontent au début des années 1970, à une époque où certains courants majeurs actuels ne s'étaient pas encore affirmés. Ces divers facteurs peuvent expliquer les possibles lacunes de ces descriptions, mais c'est précisément en comparant ces conceptions entre elles que l'on peut faire surgir ces lacunes. De manière utopique, dans une société féministe, les hommes sont présents ou absents : présents soit comme partenaires à part entière dans une société androgyne égalitaire, soit comme une espèce dangereuse placée sous contrôle. Absents, soit réellement, parce qu'ils auraient été éliminés, soit symboliquement, comme s'ils n'existaient pas.

⁴¹⁹ Jaggar, A (1983). *Feminist Politics and Human Nature*. Totowa (NJ.) : Rowman & Allanheld.

⁴²⁰ Ibid. p.165.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

« Penser en termes de rapports sociaux de sexe, c'est prendre en compte la diversité des rapports sociaux fondamentaux qui structurent la société (rapport de classe, de genre, notamment). C'est considérer également que tout mouvement social est « sexué », pas seulement en fonction du sexe biologique de ses participants, mais avant tout parce qu'il reflète, et parfois met en cause, la division sociale et sexuelle du travail et les rapports de pouvoir entre hommes et femmes dans la société.⁴²¹ »

En analysant les interactions entre hommes et femmes, en privilégiant l'analyse des rôles de l'un et l'autre dans la société, en soulignant la hiérarchisation de ces rôles et en mettant en évidence les difficultés identitaires de chacun, les contraintes de la société patriarcale qui pesaient sur les femmes apparaissent de manière inévitable. Là est donc toute la complexité de la question féministe : s'il s'agissait bien d'un combat en faveur des femmes, il ne s'agissait cependant pas d'une « guerre des sexes » ou d'une mobilisation « contre les hommes » mais bien de changements dans l'organisation des rapports sociaux de sexe finalement profitables à tous.

Le projet politique féministe avait pour objectif d'abolir les rapports sociaux inégalitaires entre les sexes et, par-là, combattre la mise sous tutelle, la discrimination et l'oppression des femmes. L'enjeu était politique, non pas au sens de parti politique, mais au sens large du terme, l'organisation de la société, la gestion du collectif, un sens qui mettrait en évidence les rapports de force dans la société et permettrait à des groupes sociaux traditionnellement écartés du pouvoir de conquérir peu à peu des droits civiques. Dans le cas du féminisme, cependant, toute action collective ou politique menée par des femmes, même si le fait d'être femme constitue le motif de l'organisation commune, ne relève pas nécessairement du féminisme.

En effet, au fur et à mesure que la femme a pris conscience d'elle-même, elle commençait à prendre une part active dans la vie sociale et ne se contentait plus de la place qui lui était assignée. La presse féminine, idéologique ou militante, tentait de lui offrir d'autres réponses. La grande majorité des lectrices de cette presse étaient des femmes qui aimaient se retrouver

⁴²¹ Helena H. (2000). *Dictionnaire critique du féminisme*. Paris : PUF, Politique d'aujourd'hui. p.134

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

dans un univers voué enfin totalement à ce qui était considéré comme vraiment « féminin » : la famille, la maison, le mariage, le sexe et, bien sûr, la cuisine.

Le discours de la presse féminine américaine et britannique contenait des stéréotypes traditionnels de genre et, selon les critiques féministes, aurait des conséquences sur la formation identitaire et sur la production des rôles de genre. En outre, les lectrices étaient supposées recevoir toutes plus ou moins de la même manière les messages de genre, quel que soit le contexte de la réception de leurs facteurs motivationnels et psychologiques ou de leurs caractéristiques sociales et culturelles.

Selon Anne-Marie Dardigna⁴²², la presse féminine a trois fonctions principales : celle d'informer le public sur des sujets divers, sérieux ou légers, celle de le divertir et de lui permettre de s'évader de son quotidien, et enfin, celle de lui enseigner une norme, celle de la féminité. La vocation première de ces publications serait de guider les lectrices pour leur bien-être et pour le « savoir-vivre », les femmes recevaient très souvent les mêmes conseils, notamment d'ordre psychologique et médical mais également pour la famille, les enfants, l'intérieur ou en matière de mode et de cuisine. En plus, les publications féminines étaient aussi capables de faire découvrir des thèmes nouveaux à leurs lectrices, souvent expliqués par des « experts » qui donnaient des conseils sur des situations quotidiennes, elles permettaient notamment la libération des sujets tabous tels que le divorce ou les relations amoureuses compliquées.

Car la presse féminine édicte des normes sociales, esthétiques et culturelles. Les magazines plaçaient la femme dans une situation paradoxale, en lui transmettant des messages contradictoires : sois belle et sexy *mais* fidèle et sage, travaille et sois autonome *mais* sois une mère et une épouse avant tout, sois moderne *mais* bonne ménagère.

« La presse féminine est à la fois un outil de normalisation sociale et un lieu de rassemblement du féminin. Elle crée un univers, une culture, un monde pour les femmes, en marge de la culture dominante masculine. Ces magazines font l'éloge des préoccupations féminines, ils parlent aux femmes de leurs problèmes, ils s'adressent directement à elles comme à une amie pour leur prodiguer des conseils, mais accentuent par la même occasion la différenciation des

⁴²² Dardigna, A.M. (1978). *La Presse « féminine »: fonction idéologique*. Paris: FM. p.102.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

genres sexués. Les femmes liraient la presse féminine non pas parce qu'elles raffoleraient de son contenu, mais parce qu'elles y seraient représentées, contrairement à ce qu'elles retrouvent dans la presse quotidienne : la presse féminine est écrite par des femmes, pour des femmes. Ces magazines répondraient donc à un besoin réel des lectrices : lire l'information selon leur perspective du monde. Toutefois, ces mêmes magazines ne répondent pas aux besoins de toutes les femmes, puisque certaines y sont complètement invisibles: entre autres les lesbiennes, les femmes de couleur et celles qui ont un surplus de poids. Les magazines, en ne montrant pas ce type de femmes, édictent une norme caucasienne et hétérosexuelle, aux critères de beauté restrictifs. Les choix offerts limitent les possibilités d'épanouissement personnel. »⁴²³

Ces idées, en tous cas, étaient bien rassemblées dans le postulat «féministe», pour lequel toute femme serait victime de l'influence des médias dans les processus d'identification, de comparaison ou dans l'acquisition et le maintien de l'estime de soi. Au début des années 1960 un mouvement critique à l'égard des médias se développait de plus en plus aux États-Unis et, comme conséquence, au Royaume-Uni également. En effet, cette période a marqué la naissance d'un mouvement visant à réévaluer le rôle des femmes dans la société, celui-ci n'était pas seulement engagé dans une lutte matérielle pour l'égalité des droits pour les femmes, mais également dans un conflit symbolique concernant les définitions et les images véhiculées par les médias, de la «féminité» et de la «masculinité». Les médias étaient considérés comme l'un des vecteurs les plus influents de la transmission de ces codes, sans doute parce que le plus visible, mais aussi le moins prestigieux, contrairement à la littérature ou à la peinture, sans parler des arts populaires, comme le cinéma ou la musique.

Les pratiques médiatiques sexistes étaient, de ce fait, devenues une des cibles préférées des mouvements féministes des deux pays, qui exigeaient des magazines une image plus positive de la femme, dans des rôles plus modernes. En effet, la critique féministe des médias dénonçait l'usage systématique des stéréotypes de genre et l'utilisation d'images «réductrices» ou «déformées» de la femme dans ces publications. D'après Dardigna⁴²⁴, les analyses féministes aboutissaient en général à une critique totale de la presse féministe: lorsqu'un modèle de genre était repéré dans les médias, il était interprété comme un indice du schéma dominant de soumission des femmes, car les vraies relations entre hommes et femmes

⁴²³ Claveau Marilyne, *La femme en trois temps. Étude intergénérationnelle de la presse féminine québécoise*. Université du Québec à Montréal, 2010.

⁴²⁴ Idem 422

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

imiteraient quasi-automatiquement les modèles de genre présentés par les médias. Dès ses débuts, ces études féministes, qui s'étaient dénommés «études de l'image de la femme», sélectionnaient dans la presse des icônes de femmes considérées comme trop limitées, car souvent interprétées par le seul aspect esthétique : des images de femmes jeunes, belles, dénudées, dans des situations provocantes ou extrêmement stéréotypées, quasi invariables, constitueraient la norme de la représentation dominante, en particulier dans la publicité.

L'argument féministe reposait sur le fait que l'image médiatique ne correspondrait pas ou plus à la situation réelle de la femme pendant les années 1960 et 1970, une époque où un nombre important d'entre elles travaillaient, occupaient des postes à responsabilité et ne se préoccupaient plus exclusivement de leur maison, de leur famille ou de leur apparence. Selon les militantes, cela était le résultat d'un retard des cultures américaine et britannique envers la réalité de ses femmes ; pour elles, la solution serait de produire et de transmettre un contre-discours des images plus réalistes des femmes.

« Les thèmes traités dans la presse répondent à un standard masculin, pire, à un standard masculin dépassé. Il n'y a pas de place pour les femmes, ni dans la presse dite féminine qui les renvoie à l'image de la potiche, ou de la superwoman, ou de la femme nourricière à la Rousseau, ni dans la presse d'information générale où elles existent peu, et parfois bien mal. Et quand je leur pose la question: Mais pourquoi est-ce que vous continuez à acheter cette presse féminine pour laquelle vous n'êtes pourtant pas tendres? Elles me répondent: Parce que là, au moins, on parle de nous. »⁴²⁵

La solution proposée par la critique féministe est une réduction massive de ces stéréotypes : moins de stéréotypes et plus de contre-stéréotypes, conduirait à un affaiblissement des normes de genre, à la diminution du sexisme envers les femmes, et à l'égalité entre les individus. En conséquence, pour la critique féministe, la simple exposition aux stéréotypes de la presse féminine renforcerait les normes sociales de la division des sexes, au détriment de l'émancipation des femmes.

⁴²⁵Butler, J. (2005). *Trouble dans le genre. Pour un féminisme de la subversion*. Paris: La Découverte. p. 179.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Comme déjà abordé au cours du troisième chapitre de cette thèse, le féminisme américain et le féminisme britannique avaient deux relations assez distinctes avec la presse féminine : alors qu'aux Etats-Unis beaucoup de militantes connaissaient le fonctionnement des publications et utilisaient même ces plateformes pour divulguer leurs actions et leurs revendications, au Royaume-Uni les féministes ne s'intéressaient pas vraiment à la façon d'utiliser ou à être présentes dans les médias, elles sous-estimaient l'importance du rôle que les magazines pouvaient avoir dans la construction de l'opinion publique.

Comme résultat, le féminisme américain avait le soutien de beaucoup des personnalités publiques qui jouaient souvent le rôle de porte-parole du mouvement, ce qui attirait de plus en plus l'attention sur les questions féministes. Parallèlement, les militantes britanniques refusaient toute sorte de hiérarchie parmi la structure du groupe, elles privilégiaient une organisation communautaire sans leadership distinct. En plus, elles n'avaient pas de véritable plateforme de communication ou de propagande à l'extérieur de Londres, ce qui expliquait pourquoi les revendications féministes étaient beaucoup moins présentes dans la presse britannique que dans la presse américaine.

En effet, la critique médiatique du féminisme socialiste britannique était plus intellectuelle et réflexive, elle mettait l'accent sur l'interaction entre le genre, la classe et l'idéologie de la « femme parfaite » et sur le système capitaliste renforcé et véhiculé par les médias. Alors que la critique médiatique aux Etats-Unis, que cela soit sous la forme du féminisme égalitaire ou celle du féminisme radical, s'intéressait prioritairement à la pornographie et à l'influence des images violentes sur les comportements des hommes envers les femmes, elle se préoccupait surtout de l'existence des stéréotypes et de leur influence sur la formation de l'identité des lectrices et sur le processus de socialisation de genre.

En effet, les militantes américaines – tous les groupes féministes confondus- utilisaient des moyens d'actions beaucoup plus contradictoires que les militantes britanniques : un exemple frappant de cela était l'invasion de la rédaction du magazine féminin *Ladies' Home Journal* le 18 Mars 1970. Une centaine de féministes des différents courants du mouvement américain – *New York Radical Women*, *NOW* et *Redstockings*- ont occupé les locaux de la publication féminine la plus populaire du pays - avec une tirage mensuel d'environ 14 millions

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

d'exemplaires-⁴²⁶ pendant onze heures pour protester contre l'usage continu de l'image stéréotypée de la femme, pour l'augmentation des salaires des journalistes féminines et pour la fin des publicités dégradantes envers les femmes.

A partir des années 1960, tant aux Etats-Unis qu'au Royaume-Uni, la presse féminine dite « idéologique » a commencé à rencontrer des difficultés. En effet, la vente des magazines chutait d'environ 20% et des millions de lectrices se retournaient de plus en plus vers des publications militantes et engagées,⁴²⁷ des titres plus diversifiés et plus en phase avec la « nouvelle femme ». Cette transformation des envies et des goûts des lectrices n'était que le sommet de l'iceberg, elle signifiait surtout une évolution profonde des attitudes et des comportements que la presse féminine, à des degrés divers selon son public, devait absolument prendre en compte, sous peine d'asphyxie. Les plus grands magazines des deux pays, *Ladie's Home Journal* aux Etats-Unis et *Housewife* au Royaume-Uni, ont été les plus touchés par cette transformation, ils perdaient des milliers de lectrices chaque mois. Cela était dû au fait que la grande majorité de ces lectrices étaient extrêmement bien éduquées et que l'appel féministe était plus fort que le simple plaisir de retrouver des articles sur la mode, la cuisine ou encore, des conseils pour améliorer son intérieur.

La remise en cause idéologique de la condition féminine, l'impact grandissant des nouvelles technologies et l'émergence des femmes à une nouvelle conscience d'elles-mêmes étaient les principaux facteurs qui expliquaient le divorce entre la presse féminine et ses lectrices. Elles étaient de plus en plus à travailler à l'extérieur de la maison, il n'était plus sûr qu'elles allaient retrouver leurs angoisses et leurs préoccupations dans ces publications, encore trop centrées autour de la maison et de la famille, alors que le rôle de « femme au foyer » était de moins en moins revendiqué.

En réalité, il n'existait pas véritablement de critères fixes évidents selon lesquels les médias devaient représenter les acteurs sociaux en termes de genre. L'identité de genre était considérée par la critique féministe comme socialement construite ce qui impliquait qu'elle

⁴²⁶ Ferguson, M. (1983). *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres : Heinemann. p 68.

⁴²⁷ Op. cit. 421. p.106.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

serait d'abord un produit des circonstances et des opportunités sociales et psychologiques variables. La question de la sous-représentativité était un autre aspect mis en avant par la critique des médias, quelle que soit la tendance féministe suivie : les femmes seraient moins visibles que les hommes, moins bien mises en valeur, moins crédibles, mais quel serait alors le rôle de la femme? Goffman⁴²⁸ avait suggéré que la femme était utilisée le plus souvent comme objet attractif et distrayant ; la femme séduisante, supposée trop facilement docile, serait le plus souvent utilisée afin d'attirer l'attention, en tant qu'élément de distraction positive. L'auteur affirme que les personnages des publicités étaient très majoritairement associés à des rôles spécifiques à leur sexe: aux hommes la sphère publique, aux femmes la sphère privée. Les hommes étaient sur-représentés dans des emplois qualifiés, correspondant à un haut niveau de diplômes, et dans des rôles actifs et dominants ; les femmes, cependant, étaient représentées en position assistée, soumise, n'apparaissant que rarement, ou à titre décoratif, dans les mondes masculins du travail, de l'automobile, des sports ou encore, des services. Elles seraient, au contraire, surreprésentées dans les secteurs domestiques et de la beauté.

Selon Dardigna, la presse féminine aurait le pouvoir d'influencer les comportements réels. Comme résultat, les stéréotypes de genre, dérivés mais aussi facteurs actifs de la division sexuelle du travail, renforceraient la tendance des individus à se conformer à cette division dans une réalité idéalisée, mais en même temps, bien tangible.

« Les magazines féminins représentent l'une des institutions sociales les plus importantes de notre temps [...] ces magazines contribuent à la construction de l'image de soi de la femme et de l'image sociale de la femme. »⁴²⁹

Or, cette critique féministe s'est préoccupée notamment de l'existence des stéréotypes et de leur influence sur la formation de l'identité individuelle et sur le processus de socialisation de chaque lectrice, elle dénonçait le décalage entre représentations véhiculées et comportements réels. Ces critiques proposaient une analyse qui suggérait une quasi relation de causalité et non une simple corrélation, entre les messages de genre et les effets que ces messages

⁴²⁸ Goffman, E. (1977). La ritualisation de la féminité. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 14, 34-50.

⁴²⁹ Dardigna, Anne-Marie. 1978. *La Presse « féminine »: fonction idéologique*. FM, Paris p.1.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

produiraient- théoriquement ou réellement- sur les mentalités, les attitudes et les comportements des lectrices : les messages contenant des stéréotypes traditionnels de genre auraient des conséquences sur la formation identitaire et sur la division des rôles de genre.

En effet, comme le démontrent les études du deuxième et du troisième chapitre de la thèse, les stéréotypes publiés dans la presse féminine n'étaient pas de simples images qu'on pouvait ajouter ou enlever d'un message, mais des expressions assimilées et internalisées d'une pratique psycho-sociale qui avait un énorme pouvoir de persuasion. Cependant, il faudrait encore résoudre le problème des images dites « réalistes » des femmes comme alternative proposée à la stéréotypie, la critique féministe semblait elle-même divisée quand il s'agissait de fournir une définition précise de la réalité du rôle et de la position sociale de « la nouvelle femme » ou de ses préoccupations et attentes.

Effectivement, d'après Ferguson⁴³⁰, la presse féminine aurait un vrai pouvoir d'influencer les comportements de rôle de genre, les images et l'idéal féminin publiés ne représentaient pas fidèlement la réalité sociale et culturelle des lectrices étaient donc dénoncées comme limitatives et stéréotypées. L'acteur défendait l'idée que les stéréotypes de genre, non seulement des images utopiques, mais aussi des vecteurs de toute l'idéologie de la division des genres, renforceraient la tendance des individus à se conformer à cette division dans une réalité, peu souhaitable, mais bien existante.

De ce point de vue, les lectrices s'investissaient dans l'acte de la réception de la presse féminine en ayant des attentes, des croyances, des préférences préalables par rapport à ce type de message et par rapport à son contenu, et surtout, en y apportant leur propre interprétation. La réception de ces messages ne se produisait pas sans un contexte social et culturel personnel, elle était déterminée par des éléments psychologiques, de personnalité ou par des facteurs socioculturels. Inconsciemment, les lectrices moduleraient leurs attentes et leurs assimilations psychologiques selon le contenu et la forme du message d'un article ou d'une publicité, selon le contrat de divertissement et de détente que présupposait la lecture d'un magazine féminin et réinterpréteraient ces messages, stéréotypés ou pas.

⁴³⁰ Ferguson, Marjorie. 1983. *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Heinemann, London. p.58.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Comme une contre-force face à ces géants idéalistes qui formaient la deuxième famille de presse après celle de la télévision, des médias dits féministes se sont développés pendant les années 1960 et 1970 : ces publications ont su trouver leur place dans un contexte d'évolution des mentalités par rapport aux questions du genre. La particularité de cette presse féministe ? A la différence des magazines féminins traditionnels, la presse féministe proposait une analyse politique et s'inscrivait dans une dimension plus subversive, son objectif était clair : lutter contre les inégalités entre les genres. De fait, tout opposait à priori ces deux types de presse, l'une voulait distraire, l'autre était dans une logique militante ; la presse féministe s'est précisément construite autour de la critique des médias féminins traditionnels, afin de proposer une alternative.

L'amalgame entre presse féminine et presse féministe est assez fréquente. Les distinguer apparaît pourtant nécessaire car lorsque la presse féminine était commerciale, attachée aux valeurs de la société de consommation et à une image traditionnelle de la femme, les publications féministes privilégiaient l'analyse politique et combattaient l'image de « la femme parfaite ».

Les revendications féministes et leurs discussions ne trouvaient pas forcément une vraie place dans la presse féminine traditionnelle, de plus en plus de militantes s'organisaient pour fonder leurs propres publications. Aux Etats-Unis comme au Royaume-Uni, des magazines féministes étaient lancés et leur objectif était bien clair : détrôner la presse féminine et faire de leurs lectrices de véritables militantes pour le mouvement.

En effet, plus les mouvements féministes prenaient de l'ampleur, plus la presse militante se multipliait, à la question « Comment lutter ? », la réponse des féministes était donc de s'emparer de cette presse pour créer des lieux de parole administrés par les femmes, pour les femmes. Cette culture militante s'est développée jusqu'à se doter de moyens propres à relayer les idées féministes : des colloques et conférences ont été organisés par les membres du mouvement, des tracts régulièrement distribués, des vidéos et des chansons de types révolutionnaires créées. Les magazines créés étaient, désormais, féministes et ne se contentaient pas de publier des œuvres qui dénonçaient la condition des femmes, mais ils souhaitaient également bousculer les standards de l'édition.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Comme vu dans le dernier chapitre, les publications militantes cherchaient à être un lieu de parole protégé, des revues en rupture avec les grands magazines féminins traditionnels qui brimaient la parole des femmes et participaient à la valorisation d'une culture avant tout masculine. La promotion de la presse féminine s'inscrivait dans cet objectif : il s'agissait d'affirmer et de représenter les vraies spécificités des femmes, refoulées et censurées par la société dominante.

Dans cette perspective, les magazines *Spare Rib* et *Ms* ont été sélectionnés car ils étaient les magazines féministes les plus lus du Royaume-Uni et des Etats-Unis, respectivement. Néanmoins, quelques différences essentielles éditoriales, esthétiques et politiques distinguaient les deux publications. Les deux magazines militaient pour bouleverser les stéréotypes et les idéologies traditionnels, pour lancer une nouvelle manière de représenter les femmes et pour complètement refaçonner les magazines féminins. Leur force, dans leur manière respective, était de concilier leur caractère militant et informatif à leur capacité d'attirer de plus en plus de lectrices et, donc, de futures féministes. Leur but était de donner une dimension nouvelle à la lutte féministe, une dimension que les actions chocs ne permettent pas d'atteindre, Il s'agissait de faire connaître à un public le plus large possible les idées et les revendications féministes.

Même si *Spare Rib* était beaucoup plus « radical », explicite et dissocié de l'univers éditorialiste « commercial » que *Ms*, les deux magazines avaient le même objectif final : transformer la réalité des femmes américaines et britanniques.

Les deux publications ont rompu avec le schéma visuel des publications féminines traditionnelles, bien que *Ms* ait gardé un côté encore beaucoup plus commercial que *Spare Rib*. En effet, c'est là la principale différence entre *Spare Rib* et *Ms*, le premier niait toute association avec l'univers commercial et stéréotypé des magazines féminins pour la construction d'un public véritablement engagé ; tandis que le deuxième, utilisait cet univers là pour toucher plus de lectrices et, peut-être, créer plus de militantes. Avant tout, ces deux publications voulaient aller au-delà des barrières commerciales et politiques, elles aspiraient à être des vecteurs puissants pour la création d'un « féminisme populaire ». Même si le public de *Spare Rib* et de *Ms* était plus limité et plus ciblé que celui des grands magazines féminins « traditionnels », leur force et leur influence étaient très fortes. : le message et l'idéologie

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

féministe arrivaient directement chez les lectrices et l'appel pour des actions individuelles et collectives étaient de plus en plus entendu. Ces publications « traditionnelles » étaient ce que les militantes appelaient « de machines à sous » de la consommation de masse, néanmoins, leur visibilité et leur impact étaient ce à quoi *Spare Rib* et *Ms* aspiraient, mais au nom de la cause féministe. En donnant un caractère féministe très engagé, mais didactique en même temps, ces deux titres ont mis à la disposition de leurs lectrices un espace libre de jugement, où les femmes pouvaient créer leur propre « féminisme personnel » et évoluer de plus en plus vers un « féminisme collectif ».

La difficulté de cela était justement la juxtaposition entre le « personnel » des lectrices et le « collectif » des mouvements féministes américain et britannique : les magazines devaient prendre en compte les différences sociales, raciales, culturelles et financières de leur public avant de pouvoir être un outil de rassemblement et de « fraternité féminine ». Là encore, les différences entre les modèles féministes des deux pays se faisaient ressentir : tandis que *Ms* (incontestablement comme le résultat de la culture individualiste américaine) mettait l'accent sur le développement personnel des lectrices comme principal objectif, *Spare Rib* (immergé dans la pensée socialiste du modèle britannique) préconisait la construction de ce sentiment de « fraternité féminine » comme principal instrument pour la consolidation du féminisme dans le pays.

Malgré ces spécificités, *Spare Rib* et *Ms* ont eu tous les deux un rôle encore plus important qu'uniquement publier l'idéologie du féminisme américain et britannique, ils ont brisé le silence et la solitude des femmes qui cherchaient leur nouveau « moi », qui ne se sentaient plus ni représentées, ni intéressées par les publications féminines « traditionnelles ». Grâce à ces magazines, les lectrices qui n'avaient pas encore eu de contact ou d'intérêt pour la cause féministe se sentaient prêtes à s'informer de plus en plus sur le mouvement, jusqu'à que cette curiosité devienne une véritable envie d'engagement.

Une rubrique que les deux publications mettaient en avance était celle dédiée aux lettres et aux témoignages des lectrices, c'était une manière simple et efficace de montrer au public que *Spare Rib* et *Ms* étaient un espace sûr et prêt à accueillir leurs opinions, peurs et revendications.

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines des années 1950 aux années 1970 à travers les magazines féminins. »

Les deux magazines ont su, certes chacun à sa manière, lier l'individualité et le collectif, la diversité et l'égalité. Pendant des décennies ils ont servi les mouvements féministes américain et britannique essentiellement de deux manières : comme un véritable outil de soutien et de valorisation des idées et des actions menés par le féminisme et, en même temps, comme un moyen d'entreprendre des discussions, de conquérir de nouvelles militantes et, surtout, de moderniser et redéfinir le mouvement. *Spare Rib* et *Ms* avaient un rôle de forum de discussions entre lectrices, journalistes, féministes et militantes, ce statut là leur donnait une position essentielle dans l'éventail de sources utilisées comme témoins et représentations du passé. L'utilisation des magazines féminins comme participants actifs à des reconstructions et analyses des combats et des réalités des mouvements féministes américain et britannique ne fait que confirmer leur fonction de « trésor » du féminisme passé, présent et futur.

BIBLIOGRAPHIE

Sources primaires en ligne

SPARE RIB, Juin 1972.

SPARE RIB, Juillet 1972.

SPARE RIB, Août 1973.

SPARE RIB, Mai 1975.

SPARE RIB, Juillet 1980.

SPARE RIB, Décembre 1983.

Ms, Janvier 1972.

Ms, Janvier 1974.

Ms, Août 1976.

McCALLS, Mars 1946

McCALLS, Avril 1957

McCALLS, Mars 1959.

McCALLS, Octobre 1959.

MY HOME, Février 1951

MY HOME, Novembre 1954

MY HOME, Mai 1957

HOUSEWIFE, Mars 1949.

HOUSEWIFE, Septembre 1949.

HOUSEWIFE, Avril 1952.

HOUSEWIFE, Février 1953.

GOOD HOUSEKEEPING, Avril 1948.

GOOD HOUSEKEEPING. Juin 1952.

GOOD HOUSEKEEPING, Mars 1955.

GOOD HOUSEKEEPING, Novembre 1959.

LADIE'S HOME JOURNAL, Avril 1952.

LADIE'S HOME JOURNAL, Décembre 1956.

LADIE'S HOME JOURNAL, Mars 1957.

Ouvrages

ABBOTT, Mary. (2003). *Family Affairs: A history of the family in 20th century England*. Londres: Routledge.

ABRAHAMSON, David. (1996). *Magazine-Made America: The Cultural Transformation of the Postwar Periodical*. Crosshill: Hapmton Press.

ALBERT, Judith, STEWARD, Albert. (1984). *The Sixties Papers, Documents of a Rebellious Decade*. NY: Praeger Special Studies.

AMOTT, Teresa, MATTHEI, Julie A. (1991). *Race, Gender and Work: A Multicultural Economy History of Women in the United Sates*. Boston: South End Press.

AMOTT, Teresa. (1993). *Caught in the Crises: Women in the US Economy Today*. NY: Monthly Review Press.

ANDREWS, Maggie, McNAMARA, Sallie. (2014). *Women and the Media: Feminism and Femininity in Britain, 1900 to the Present*. NY : Routledge.

ATKINSON, Ti-Grace. (1974). *Amazon Odyssey*. NY: Link Books.

BALLASTAR, R., BEETAHM, M. et FRAZER. (1991). *Women's World: Ideology, Femininity, and the Women's Magazine*. Londres: Macmillian.

BANKS, Olive. (1986). *Faces of Feminism : A Study of Feminism as a Social Movement*. Oxford: Basil Blackwell.

BARRET-DUCROCQ, Françoise. (2000). *Le Mouvement féministe anglais d'hier à aujourd'hui*. Paris : Ellipses.

BARTHES, Roland. (1957). *Mythologies*. Paris : Points.

BASSINGER, Jeanine. (1994). *A Woman's View: How Hollywood Spoke to Women, 1930-1960*. Londres: Chatto and Windus.

BAUMGARDNER, Jennifer, RICHARDS, Amy. (2000). *Manifesta: Young Women, Feminism, and the Future*. NY: Farrar, Straus and Giroux.

BEALE, Jenny. (1982). *Getting it Together: Women as Trade Unionists*. Londres: Pluto.

BEAUVOIR (de), Simone. (1948). *Le Deuxième Sexe*. Paris: Gallimard.

BEDARIDA, François. (1994). *A Social History of England: 1851-1990*. Londres: Routledge.

BELFRAGE, Sally. 1994. *Un-American Activities : A Memoir of the Fifties*. Londres: André Deutsch Press.

BERTRAND, Jean-Claude. (1988). *Les années1960*. Nancy : Pun.

- BEVERIDGE, William H. (1944). *Full Employment in a Free Society*. Londres: W.W. Norton.
- BEYTON, Huw, AUSTRIN, Terry. (1994). *Masters and Servants : Class and Patronage in the Making of Labour Organization*. Londres: Rivers Oram.
- BINARD, Florence. (2012). *Comment l'égalité vient aux femmes: politique, droit e syndicalisme en Grande-Bretagne, aux Etats-Unis et en France*. Paris : L'Harmattan.
- BIRD, Caroline. (1969) [1968]. *Born Female: The High Cost of Keeping Women Down* NY: Pocket Books.
- BLACK, Clementina. (1983). *Married Women's Work*. Londres: Virago.
- BLAND, Lucy. (1995). *Banishing the Beast: English Feminism and Sexual Morality, 1885-1914*. Harmondsworth: Penguin Books.
- BORIS, Eillen, DANIELS, Cynthia R. (1989). *Homework: Historical and Contemporary Perspectives on Paid Labor at Home*. Urbana: University of Illinois Press.
- BOSTON, Sarah. (1980). *Women Workers and the Trade Unions*. Londres: Lawrence and Wishart.
- BOUCHIER, David. (1983). *The feminist challenge: the movement for women's liberation in Britain and the USA*. Londres : Macmillan Press.
- BRAITHWAITE, Brian, WALSH, Noelle. (1979). *Things My Mother Should Have Told Me: The Best of "Good Housekeeping", 1922-1940*. Londres: Lawrence and Wishart.
- BRAYBON, Gail, SUMMERFIELD, Penny. (1987). *Out of the Cage: Women's Experiences of Two World Wars*. Londres: Pandora.
- BREINES, Wini. (1992). *White and Miserable: Growing Up Female in the Fifties*. Boston: Beacon Press.
- BROWNMILLER, Susan. (1976). *Against Our Will: Men, Women and Rape*. NY: Bantam.
- CAINE, Barbara. (2004). *English Feminism, 1780-1980*. NY: Oxford University Press.
- CAMPBELL, Beatrix. (1987). *The Iron Ladies: Why Do Women Vote Tory*. Londres: Virago.
- CARDEN, Maren Lockwood. (1974). *The New Feminist Movement*. NY: Russell Sage Foundation.
- CARTER, Dale. (1988). *The Final Frontier: The Rise and Fall of the Rocket State*. Londres: Verso.

- CASTRO, Ginette. (1990). *American Feminism: A Contemporary History*. Paris: Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- CHAFE, William H. (1978). *Women and Equality : Changing Patterns in American Culture*. Oxford : Oxford University Press.
- CHAFE, William H. (1991). *The Paradox of Change : American Women in the 20th Century*. Oxford : Oxford University Press.
- CHAFE, William H. (2003). *The Unfinished Journey : America Since World War II*. Oxford : Oxford University Press.
- CHAFE, William H. (2007). *A History of Our Time: Readings on Postwar America*. Oxford: Oxford University Press.
- COHEN, Marcia. (1988). *The Sisterhood: The True Story of the Women Who Changed the World*. NY: Simon and Schuster.
- COONTZ, Stephanie. (1992). *The Way We Never Were: American Families and the Nostalgia Trap*. NY: Basic Books.
- COONTZ, Stephanie. (2011). *A Strange Stirring: The Feminine Mystique and American Women at the Dawn of the 1960's*. NY: Basic Books.
- COTT, Nancy F. (1987). *The Grounding of Modern Feminism*. New Haven: Yale University Press.
- CHOMBART DE LAUWE, Marie-José. (1963). *La femme dans la société: son image dans les différents milieux sociaux*. Paris: Centre National de la Recherche Scientifique.
- CROSS, Gary. (2000). *An All-Consuming Century: Why Commercialism Won in Modern America*. NY: Columbia University Press. p.135.
- CURRIE, Dawn. (1999). *Girl Talk: Adolescent Magazines and their Readers*. Toronto: University of Toronto Press.
- DAMON-MOORE, Helen. (1994). *Magazines for the Millions: Gender and Commerce in the Ladies' Home Journal and the Saturday Evening Post, 1880- 1910*. NY: State University of New York Press, Albany.
- DANIEL, Robert L. (1987). *American Women in the 20th Century: The Festival of Life*. Orlando: Harcourt Brace Jovanovich.
- DARDIGNA, Anne-Marie. (1974). *Femmes-femmes sur papier glacé*. Paris: Cahiers libres.

- DARDIGNA, Anne-Marie. (1978). *La Presse « féminine »: fonction idéologique*. Paris: FM.
- DAVIS, Angela. (1982). *Women, Race and Class*. London: The Women's Press.
- DE GRAZIA, Victoria. (2006). *Irresistible Empire: America's Advance through Twentieth-Century Europe*. NY : Belknap Press.
- DICKER, Rory, PIEPMEIER, Alison. (2003). *Catching a Wave: Reclaiming Feminism for the 21st Century*. Boston: Northeastern UP.
- DOUGLAS, Susan J. (1994). *Where the Girls Are: Growing Up Female with the Mass Media*. NY: Random House.
- DUNAR, Andrew J. (2006). *America In The Fifties*. Syracuse : Syracuse University Press.
- FERRIS, Paul. (1993). *Sex and the British: A Twentieth-century History*. Londres: Michael Joseph.
- FERGUSON, Marjorie. (1983). *Forever Feminine: Women's Magazines and the Cult of Femininity*. Londres: Heinemann.
- FIELDING, Steven, THOMPSON, Peter et TIRATSOO, Nick. (1995). *England Arise! The Labour Party and Popular Politics in 1940's Britain*. Manchester: Manchester University Press.
- FIGERS, Kate. (1994). *Because of Her Sex: The Myth of Equality for Women in Britain*. Londres: Macmillan.
- FILARD, Claudette, COLLOMB-BUREAU, Colette. (2003). *Les essentiels, Civilisation anglo-saxonne. Les mouvements féministes américains*. Paris: Ellipses.
- FILENE, Peter G. (1998). *Him/Her/Self: Gender Identities in Modern America*. Maryland: The Johns Hopkins University Press.
- FIRESTONE, Shulamith. (1970). *The Dialectic of Sex: The Case for Feminist Revolution*. NY: Morrow.
- FOUQUE, Antoinette. (1995). *Il y a deux sexes*. Paris : Gallimard.
- FREEMAN, Jo. (1995). *Women: a Feminist Perspective*. Mayfield: Mayfield Publishing Company.
- FRIEDAN, Betty. (1976). *It Changed My Life: Writings on the Women's Movement*. NY: Random House.
- FRIEDAN, Betty. (1997) [1963]. *The Feminine Mystique*. NY: W.W. Norton & Company.

- FRIEDLANDER, Judith. (1986). *Women in Culture and Politics*. Indianapolis: Indiana University Press.
- GAGE, Matilda J. (2010). *Woman, Church and State*. Los Angeles: Indo-European Publishing.
- GAMBLE, Andrew. (2003). *Between Europe and America: The Future of British Politics*. NY: Palgrave Macmillan.
- GALBRAITH, John K. (1998). *The Affluent Society*. NY: Houghton Mifflin Company.
- GAUNTLETT, David. (2002). *Media, Gender and Identity: An Introduction*. Londres: Routledge.
- GAVRON, Hannah. (1968). *The Captive Wife: Conflicts of Housebound Mothers*. Londres: Pelican Books Penguin.
- GIL, Rosalind. (2007). *Gender and the Media*. Cambridge : Polity Press.
- GILLIS, Stacy, GILLIS, Howie et MUNFORD, Rebecca. (2004). *Third Wave Feminism: A Critical Exploration*. NY: Palgrave Macmillan.
- GITLIN, Todd. (1989). *The Sixties, Years of Hope, Days of Rage*. NY: Bantam.
- GOODMAN, Paul. (1956). *Growing Up Absurd : The Problems of Youth in the Organized Society*. NY: Vintage Books.
- GORDON, Linda. (1990). *Women, the State and Welfare*. Madison: University of Wisconsin Press.
- GOUGH-YATES, Anna. 2002. *Understanding Women's Magazines: Publishing, Markets and Readerships*. Routledge, London.
- GOURVISH, T.R, O'DAY, Alan. (1991). *Britain Since 1945*. Londres: Palgrave Macmilian.
- GRANSON, Marie-Christine. (1985). *L'Amérique de la contestation: les années soixante aux Etats-Unis*. Paris : Presses de la Fondation Nationale des Sciences Politiques.
- GREER, Germaine. (1971). *The Female Eunuch*. Londres: Paladin.
- HALBERSTAM, David. (1993). *The Fifties*. NY: Villard Books.

- HALE, Sarah Josepha et GODEY, Louis A. (2011). *Godey's Lady's Book January 1864*. NY: Nabu Press.
- HARTMANN, Susan M. (1982). *The Home Front and Beyond: American Women in the 1940's*. Boston: Twayne.
- HAROLD, Evans. (1998). *The American Century*. NY: Knopf.
- HARVEY, Brett. (2002). *The Fifties: A Women's Oral History*. Lincoln: ASJA Press.
- HATT, Sue. (1997). *Gender, Work and Labour Markets*. Londres: Macmillan.
- HAYDEN, Dolores. (1981). *The Great Domestic Revolution: A History of Feminist Designs for American Homes, Neighbourhood and Cities*. Cambridge: MIT Press.
- HERITIER, Françoise. (1997). *Masculin/ Féminin*. Paris : Odile Jacob.
- HERON, Liz. (1985). *Truth, Dare or Promise: Girls Growing Up in the 50's*. Londres: Virago.
- HEYWOOD, Leslie, DRAKE, Jennifer. (2003). *Third Wave Agenda: Being Feminist, Doing Feminism*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- HILTON, Matthew. (2003). *Consumerism in 20th-Century Britain : The Search for a Historical Movement*. Cambridge: Cambridge University Press.
- HUGGINS, Nathan Irvin. (1971). *Harlem Renaissance*. NY: Oxford University Press.
- HUMPHREYS, Nancy K. (1989). *American Women's Magazines: An Annotated Historical Guide*. Garland, NY : Garland Publishing.
- HUMPHRIES, Steve, GORDON, Pamela. (1994). *Forbidden Britain: Our Secret Pas, 1900-1960*. Londres: BBC Books.
- HYMOVITZ, Carol, WEISSMAN, Weissman. (1978). *A History of Women in America: From Founding Mothers to Feminists*. NY: Bantam Books.
- JOHNSON, Paul. (1994). *20th Century Britain: Economic, Social and Cultural Change*. Londres: Longman.

- JONES, Beverly, BROWN, Judith. (1968). *Towards a Female Liberation Movement*. Boston, MA : New England Free Press,
- KALÉDIN, Eugenia. (1984). *American Women in the 1950's: Mothers and More*. Boston: Twayne Publishers.
- KATONA, George. (1960). *The Powerful Consumer: Psychological Studies of the American Society*. NY: McGraw-Hill.
- KAMMEN, Michael. (1999). *American Culture, American Tastes: Social Change and the Twentieth Century*. NY: Knopf.
- KASPI, André. (1988). *Etats-Unis 1968, L'année des contestations*. Bruxelles : Complexe.
- KINSEY, Alfred. (1953). *Sexual Behavior in the Human Female*. Bloomington, IN: Indiana University Press.
- KYNASTON, David. (2009). *Family Britain: 1951-57*. Londres: Bloomsbury Publishing Plc.
- LEARS, Jackson. (1994). *Fables of Abundance: A Cultural History of Advertising in America*. NY: Basic Books.
- LEWIS, Jane. (1992). *Women in Britain Since 1945: Women, Family, Work and the State in the Post-War Years*. Oxford: Blackwell.
- LEWIS, Tom. (1997). *Divided highways: Building the Interstate Highways, Transforming American Life*. NY: Penguin Books.
- LHAMON, W. T. Jr. (1998). *Deliberate Speed: The Origins of a Cultural Style in the American 1950's*. Washington DC : Smithsonian Institute Press.
- LIGHT, Alison. (1991). *Forever England: Femininity, Literature and Conservatism between the Wars*. Londres: Routledge.
- LOVENDUSKI, Joni, RANDALL, Vicky. (1993). *Contemporary Feminist Politics: Women and Power in Britain*. Oxford: Oxford University Press.
- LYNES Russell. (1983). *Highbrow, Lowbrow, Middlebrow, Now: An Interview with Russell Lynes*. NY: American Heritage Publishing Co.

- McDONALD, Myra. (1995). *Representing Women: Myths of Femininity in the Popular Media*. Londres: Arnold Press.
- MAILER, Norman. (1957). *The White Negro*. San Francisco: City Lights Book.
- MAITLAND, Sara. (1988). *Looking Back at the 1960's*. Londres: Virago.
- MARCHAND, Roland. (1982). *Visions on Classlessness, Quests for Dominion: American Popular Culture, 1945-1960*. Columbus, OH : Ohio State University Press.
- MARWICK, Arthur. (1978). *The Sixties: Cultural Revolution in Britain, France, Italy and the US: 1958-1974*, Oxford: Oxford University Press.
- MASLOW, Ellen. (1971). *Storybook Lives : Growing Up Middle Class*. NY : Dell Publishing.
- MASNATA- RUBATEL, Claire. (1972). *La révolte des Américaines. Analyse du féminisme contemporain*. Paris : Aubier- Mondaigine.
- MATUSOU, Allen J. (1984). *The Unravelling of America: A History of Liberalism in the Sixties*. NY: Harper.
- MAY, Elaine Tyler. (1999). *Homeward Bound: American Families in the Cold War Era*. NY: Basic Books.
- MAY, Lary. (1989). *Recasting America: Culture and Politics in the Age of Cold War*. Chicago: University of Chicago Press.
- McADAM, Doug. (1980). *Freedom Summer*. Oxford University Press, New York.
- McCRAKEN, Ellen. (1993). *Decoding Women's Magazines: From Mademoiselle to Ms*. Londres: Macmillan.
- MEYEROWITZ, Joanne. (1994). *Not June Cleaver: Women and Gender in Postwar America, 1945-1960*. Philadelphia : Temple University Press.
- MILETT, Kate. (1985) [1970]. *Sexual Politics*. Londres: Virago Press.
- MILLS, C. Wright. (2002). *White Collar: The American Middle Classes*. Oxford: Oxford University Press.
- MITCHELL, Bryan. (1962). *Abstract of British Historical Statistics*. Cambridge: Cambridge University Press. p. 371.
- MITCHELL, Juliet. (1971). *Women's Estate*. Londres: Penguin Books.

- MITCHELL, Juliet. (1984). *Women: The Longest Revolution*. Londres: Virago.
- MORGAN, Kenneth O. (2001). *Britain Since 1945: The People's Peace*. Oxford: Oxford University Press.
- MORGAN, Robin. (1973). *Sisterhood Is Powerful: An Anthology of Writings from the Women's Liberation Movement*. NY: Random House USA Inc.
- MYRDAL, Alva, KLEIN, Viola. (1956). *Women's Two Roles*. Londres; Routledge & Kegan.
- NICHOLSON, Linda J. (1997). *The Second Wave: A Reader in Feminist Theory*. Londres: Routledge.
- OAKLEY, Ronald J. (1986). *God's Country : America in the Fifties*. NY : W.W. Norton.
- PATTERSON, James T. (1996). *Grand Expectations: The United States 1945-1974*. NY : Oxford University Press.
- PEASE, Allison. (2012). *Modernism, Feminism, and the Culture of Boredom*. Cambridge: Cambridge University Press,
- PECK, Abe. (1985). *Uncovering the Sixties: The Life and Times of the Underground Press*. NY: Pantheon.
- PHILIPS, Melanie. (2003). *The Ascent of Woman: A History of the Suffragette Movement and the Ideas Behind It*. Londres: Little Brown.
- POGREBIN, Letty Cottin. (1978). Can Women Have It All? *Ms.* N°. 9. p. 47.
- POLLITT, Khata. (1995). *Reasonable Creatures: Essays on Women and Feminism*. Londres: Vintage.
- PUGH, Martin. (1992). *Women and the Women's Movement in Britain 1914-1959*. Londres: Macmillan.
- PUTNAM, Robert D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. NY: Simon & Shuster.
- REID, Marion. (1988). *A Plea for Women*. Edinburgh: Polygon.
- REYNOLDS, David. (1996). *Rich Relations : The American Occupation of Britain, 1942-1945*. Londres : HarperCollins.
- RILEY, Denise. (1983). *War in the Nursery: Theories of the Child and Mother*. Londres: Virago.

- ROBERTS, Elizabeth. (1984). *A Women's Place: An Oral History of Working-class Women, 1890- 1940*. Oxford: Basil Blackwell.
- ROWBOTHAM, Sheila, SEGAL, Lynne, WAINWRIGHT, Hilary. (1979). *Beyond the Fragments, Feminism and the making of Socialism*. Londres: Merlin Press.
- ROWBOTHAM, Sheila, McCRINDLE, Jean. (1979). *Dutiful Daughters: Women Talk About their Lives*. Harmondsworth: Penguin Books.
- ROWBOTHAM, Sheila. (1976). *Conscience des femmes, monde de l'homme*. Paris : Edition des femmes.
- ROWBOTHAM, Sheila. (1990). *The Past is Before Us: Feminism in Action since the 1960's*. Harmondsworth: Penguin Books.
- ROWBOTHAM, Sheila. (2000). *Century of Women: The History of Women in Britain and the United States in the Twentieth Century*. Londres: Viking Penguin Inc.
- SAINT-JEAN-PAULIN, Christiane. (2000). *Quand l'Amérique contestait (1960-1970) : analyses, chronologie et documents*. NY : Ophrys.
- SCOTT, John, FULCHER, James. (2011). *Sociology*. Oxford : Oxford University Press.
- SEMIDEI, Manuela. (1973). *Les contestataires aux Etats-Unis*. Paris : Caterman.
- SKED, Alan, COOK, Chris. (1993). *Post-war Britain: A Political History*. Harmondsworth : Penguin Books,
- SKOLNICK, Arlene S. (1991). *Embattled Paradise: The American Family in an Age of Uncertainty*. NY: Basic Books.
- SPENCER, Stephanie. (2005). *Gender, Work and Education in Britain of the 1950s*, Basingstoke: Macmillan.
- SPENDER, Dale. (1983). *There's Always Been a Women's Movement*. Londres: Pandora Press.
- STRACHHEY, Ray. (1978). *The Cause, A Short History of the Women's Movement in Great Britain*. Londres: Virago.
- TEODORI, Massimo. (1969). *The New Left, a Documentary History*. Indianapolis: Bobbs-Merrill.

THANE, Pat, EVANS, Tanya. (2012). *Sinners? Scroungers? Saints? Unmarried Motherhood in Twentieth-Century England*. Oxford: Oxford University Press.

TINKLER, Penny. (1995). *Constructing Girlhood: Popular Magazines for Girls Growing Up in England, 1920-1950*. Manchester: Taylor & Francis Ltd.

WALKER, Nancy A. (1998). *Women's Magazines 1940-1960 : Gender Roles and the Popular Press*. Boston : Bedford Books.

WALKER, Nancy A. (2000). *Shaping Our Mother's World: American Women's Magazines*. Jackson: University Press of Mississippi.

WALTERS, Margaret. (2005). *Feminism: A very short introduction*. Oxford: Oxford University Press.

WESTBROOK, Robert B. (1993). *Fighting for the American Family : Private Interests and Political Obligation in World War II. The Power of Culture : Critical Essays in American History*. Chicago : University of Chicago Press.

WEISS, Jessica. (2000). *To Have and To Hold : Marriage, the Baby Boom and Social Change*. Chicago : The University of Chicago Press.

WILSON, Elizabeth. (1977). *Women and the Welfare State*. Londres : Tavistock.

WINSHIP, Janice. (1987). *Inside Women's Magazines*. Londres: Rivers Oram Press/ Pandora List.

WOLF, Naomi. (1990). *The Beauty Myth*. Londres: Random House.

Articles

ALLEN, Ann Taylor. (1999). Feminism, Social Science, and the Meanings of Modernity: The Debate on the Origin of the Family in Europe and the United States, 1860–1914. *The American Historical Review*. 104(4).

ANGYVAL Andras, M.D. (1953). Evasion of Growth. *American Journal of Psychiatry*, Vol. 110, N° 5.

BLIX, Jacqueline. (1992). A place to resist: reevaluating women's magazines. *Journal of Communication Inquiry*. V. 16. N° 1. p.56-71.

BLOCH, Marc. (1961). Pour une histoire comparée des sociétés européennes. *Mélanges historiques*, N°1. p. 16-40.

BRENNER, Johanna. (1993). The Best of Times, the Worst of Times: US Feminism Today. *New Left Review*, p.200 dans THRELFALL, Monica. (1996). *Mapping the Women's Movement: Feminist Politics and Social Transformations in the North*. Londres: Verso.

BUSBY, Linda J., LEITCHY, Greg. (1993). Feminism and Advertising in Traditional and Nontraditional Women's Magazines, 1950s-1980s. *Journalism Quarterly*. N° 702 p. 49.

BUDGEON, Shelley, CURRIE Dawn. (1995). From Feminism to postfeminism: women's liberation in fashion magazines. *Women's Studies International Forum*. Vol. 18. N° 2. p. 173-188.

CATALANO, Christina. (2002). Shaping the American Woman: Feminism and Advertising in the 1950s. *Constructing the Past*. Vol. 3. N° 1. Article 6.

CANCIAN, Francesca M., ROSS, Bonnie L. (1981). Mass media and the women's movement: 1900-1977. *The Journal of Applied Behavioral Science*, N°17. p. 9-26.

COBBLE, Dorothy Sue. (2009). US Labor Women's Internationalism in the World War I Era. *Revue Française d'études américaines*, N° 122, 4^otrimestre.

COURTNEY, Alice, LOCKERETZ, Sarah. (1971). A Woman's Place: An Analysis of the Roles Portrayed by Women in Magazine Advertisements. *Journal of Marketing Research*. N°8. p. 93.

DIAMOND, Edwin. (1974). The Unladylike Battle of the Women's Magazines. *New York*. 20 May. p.43-46.

- FOX, Bonnie J. (1990). Selling the Mechanized Household: Seventy Years of Adds in *Ladies's Home Journal*. *Gender and Society* 4. p. 25-40.
- FRANZWA, Helen, H. (1975). Female Roles in Women's Magazine Fiction, 1940-1970. *Woman: Dependent or Independent Variable*. NY: Psychological Dimensions. p. 42-53.
- FRANZWA, Helen H. (1974). Pronatalism in Women's Magazine Fiction. *Pronotalism: The Myth of Mom and Apple Pie*. Ed. Ellen Peck and Judith Senderowitz. NY: Crowell. p. 68-77.
- GRIFFITH, Ann. (1949). The Magazines Women Read. NY: *American Mercury* 68. p. 273-80.
- HANNICK, Jean-Marie. (200). Brève histoire de l'histoire compare, dans G. Jucquois - Chr. Vielle [Éd.], *Le comparatisme dans les sciences de l'homme. Approches pluridisciplinaires*, Bruxelles. p.301-327.
- HOLLINGWORTH, Leta S. (1974). Social Devices for Impelling Women to Bear and Raise Children. *Pronatalism: The Myth of Mom and Apple Pie*. Crowell, NY : Ed. Ellen Peck and Judith Senderowitz. p. 19-28.
- HOROWITZ Daniel. (1996). Rethinking Betty Friedan and The Feminine Mystique: Labor Union Radicalism and Feminism in Cold War America. *American Quarterly*, Vol.48, N° I.
- ILLOUZ, Eva. (1991). Reason within passion: love in women's magazines. *Critical Studies in Mass Communication*. Vol. 8. N° 3. p. 231-48.
- LIPSITZ, George. (1990). Against the Wind: Dialogic Aspects of Rock and Roll. *Time Passages: Collective Memory and American Popular Culture*. Minneapolis : University of Minnessota Press, p. 99-132.
- MCROBBBIE, A. (1996). All the world's a stage, screen or magazines: when culture is the logic of late capitalism. *Media, Culture and Society*. Vol. 18. N° 2. p. 335-42.
- MEAD, Cooper. (1956). Discours publié dans *The Way of Women*. NY: Sheridan House, p.23.
- MEYEROWITZ, Joanne. (1993). Beyond the Feminine Mystique: A Reassessment of Post-war Mass Culture, 1946-1958. *Journal of American History*. Vol. 79, N° 4.
- MILLER, P., ROSE, N. (1997). Mobilizing the consumer: assembling the subject of consumption. *Theory, Culture & Society*, 14:1, p. 5.
- PEDERSEN, Susan. (1989). The Failure of Feminism in the Making of the British Welfare State. *Radical History Review*. p. 86-110.
- PRICE, Colette. (1978). New Ways of Keeping Women Out of Paid Labor. *Redstockings, Feminist Revolution*, N° 81.

PUGH, Martin. (1990). Domesticity and the Decline of Feminism 1930–1950. *British Feminism in the Twentieth Century*. Amherst: University of Massachusetts Press, p. 144–62.

ROWBOTHAM, Sheila. (1985). What do Women want? [Texte imprimé]: woman-centred values and the world as it is. *Feminist Review*. N° 20. p.49.

STEINEM, Gloria. (1973). If we're so smart, why ain't we rich? *Ms*. N°12. p. 38.

STERN, Edith M. (1949). Women are Households Slaves, *American Mercury*. p .71-76.

TUCHMAN, Gaye. (1978). The newspaper as a social movement's resource. *Heart and Home: Image of Women in the Mass Media*. NY: Oxford University Press. p. 202-234

Sites consultés

DEMARESTE, Jack, GARNER, Janette. (1992). The Representation of Women's Roles in Women's Magazines Over the Past 30 Years. *The Journal of Psychology*.
<<http://www.lc.unsw.edu.au/onlib/refbib2.html> ». Consulté le 18 Juin 2013.

FREUD, Sigmund. (1914). *On Narcissism: An Introduction*. Ville et éditeur inconnu.
Consulté le 23 Juin 2013. <http://www.hgp-piee.org/SummerSchool/pages/freud_eng.pdf>

SCOT, Marie. (2008). Y eut-il un 'Mai 1968' en Angleterre. *Politique, culture, société*, N° 6.
www.histoire-politique.fr. Consulté le 14 Avril 2012.

Annexes

Liste des Annexes

1. Chronologie du mouvement féministe américain.	374
2. Chronologie du mouvement féministe britannique.	377
3. Article <i>Spare Rib</i>. 1974. N° 26. <i>The History of the Housewife</i>. « https://www.bl.uk/spare-rib/articles/domestic-dynamics-spare-rib-the-family-and-the-home ». Consulté le 01 Septembre 2019.	379
4. Article <i>Spare Rib</i>. 1972. N° 5. <i>Family Everafter</i>. « https://www.bl.uk/spare-rib/articles/domestic-dynamics-spare-rib-the-family-and-the-home » Consulté le 01 Septembre 2019	384
5. Article <i>Spare Rib</i>. 1978. N° 72. <i>What offends one of us, wont offend the next chap</i>. https://www.bl.uk/spare-rib/articles/body-image-advertising-and-the-media . ». Consulté le 01 Septembre 2019	388
6. Article <i>Spare Rib</i>. 1980. N° 82. <i>What's behind the Labels ?</i> « https://www.bl.uk/spare-rib/articles/the-history-of-feminism-and-spare-rib ». Consulté le 01 Septembre 2019	390
7. Première couverture de <i>Ms</i>. dans le magazine <i>New York</i>. Décembre 1971.	395
8. Lettre de l'éditrice lors du premier numéro de <i>Ms</i>	396
9. Article de Jane O'Reilly dans <i>Ms</i>. <i>The Housewife's Moment of Truth</i>. 1971.	398
10. Publicité pour le magazine <i>Ladie's Home Journal</i> pendant les années 1950. « https://www.alamy.com/stock-photo-1950s-usa-ladies-home-journal-magazine-advert-85339232.html » Consulté le 01 Septembre 2019.	407
11. Couverture du magazine <i>McCall's</i>. 1958.	408
12. Article magazine <i>McCall's</i>. 1958. <i>Where to find him ?</i>	409
13. Article <i>Good Housekeeping</i>. Mai 1955. <i>The good wife's guide</i>	410
14. Couverture du magazine <i>My Home</i>. Avril 1950.	411

1. Chronologie du mouvement féministe américain

1946

Le Congrès National vote pour la première fois l'ERA (*Equal Rights Amendment*). La mention est refusée.

1950-1953

Deuxième vote négatif contre l'ERA au Congrès National.

1961

Le Président John F. Kennedy établit la première « Commission Présidentielle pour le Statut de la femme ».

1963

Publication de l'ouvrage révolutionnaire *The Feminine Mystique* par Betty Friedan.

Le congrès vote, enfin, pour l'approbation du ERA et établit le salaire minimum pour les femmes et interdit toute discrimination sexuelle dans le secteur public.

1964

Approbation de l'article VII de l'ERA : interdiction de toute discrimination sexuelle dans le secteur privé.

1966

Création du NOW (*National Organisation for Women*).

1967

Création du NYRW (*New York Radical Women*).

1968

Invasion du concours *Miss America* par des militantes radicales à Atlantic City.

Création du WITCH (*Women's International Terrorist Conspiracy from Hell*).

Première conférence nationale du Mouvement de libération des femmes.

1969

Création de trois groupes radicaux de New York : les *Redstockings*, les *Feminists* et les *New York Radical Feminists*.

1970

Invasion des locaux du magazine féminin *Ladies' Home Journal* par des militantes qui protestaient contre l'image que la publication donnait de la femme.

Le Syndicat des travailleurs de l'automobile est le premier syndicat à officiellement soutenir l'ERA.

Les Etats de *New York, Hawaii* et *Alaska* sont les premiers Etats du pays à légaliser les lois pour l'IVG.

Grève nationale des femmes le 26 Août.

Publication de l'ouvrage *Sexual Politics* par Kate Millet.

1971

L'Université de Chicago est la première institution d'éducation supérieure à avoir un programme pour l'insertion des femmes professeurs dans son règlement.

1972

L'ERA est approuvé dans le *House of Representatives* et dans le Sénat, 49 ans après son approbation au Congrès National.

Création du magazine féministe *Ms*.

1973

La Cour Suprême des Etats-Unis reconnaît le droit à l'IVG, notamment lors du procès-verbal *Roe v. Wade*.

Création du *National Black Feminist Organization*.

Août est déclaré le mois national contre les violences sexuelles.

1974

Ella Grasso devient la première femme à être élue gouverneur d'un Etat Américain (Connecticut).

1976

Formation de la commission ERAmerica pour le perfectionnement de l'ERA.

NASA accepte de former de femmes astronautes.

1978

NOW organise le boycottage des Etats n'ayant pas encore légalisé l'ERA.

Le Congrès National étend le délai pour le perfectionnement de l'ERA jusqu'au 30 Juin 1982.

Création de l'Organisation nationale des féministes lesbiennes.

1979

Participation de cinquante groupes féministes à la « Semaine Nationale pour l'IVG ».

Manifestation de plus de cinq mille militantes contre la pornographie.

1981

Pour la première fois dans l'histoire des Etats-Unis une femme, Sandra Day O'Connor, est élue Juge en chef de la Cour Suprême.

1982

ERA passe à nouveau devant le Congrès National.

1983

La Cour Suprême confirme le droit constitutionnel à l'IVG.

Sally Ride devient la première femme à participer à une mission spatiale de la NASA.

1988

Le Président Ronald Reagan demande à la Cour Suprême de réexaminer la décision prise lors du procès-verbal *Roe v. Wade* et de revoter la loi pour la légalisation de l'IVG. La Cour Suprême accepte sa demande.

1989

Plus de 300.000 personnes manifestent à Washington contre cette décision de la Cour Suprême.

NOW demande la création d'un troisième parti politique pour la lutte pour l'IVG. Ce qui cause beaucoup de polémique au sein du Mouvement féministe égalitaire.

En Octobre le Président, George Bush, annule la législation qui prendrait en charge le coût de l'IVG aux victimes d'agressions sexuelles ou d'inceste. La mention a été approuvée mais le vote (231-191) montre que les *Pro-Choice* grandissent.

2. Chronologie du mouvement féministe britannique

1961

Lancement de la pilule contraceptive. A ce moment-là, ce droit était accessible uniquement aux femmes mariées.

1964

Révision de la loi *Married Women's Property Act revision* pour donner aux femmes mariées plus d'indépendance financière à travers l'autorisation de garder la moitié de l'épargne du couple.

1967

Approbation de l'*Abortion Act* qui donnait accès à l'IVG aux femmes jusqu'à la vingt-quatrième semaine de grossesse, mais uniquement avec l'accord de deux médecins qui attesteraient d'un danger pour la vie de la mère.

1968

Barbara Castle est la première femme élue *First Secretary of State*.

1970

Février : Conférence nationale du *Women's Liberation Movement* à Oxford. Les débats se concentrent sur l'égalité salariale, l'égalité d'éducation et la demande de la gratuité de l'IVG, de la pilule contraceptive et des crèches publiques.

Novembre : inspirées par les Américaines, des militantes britanniques envahissent le concours Miss Univers à Londres pour protester contre l'objectification de la femme.

1971

Conférence nationale du *WLM* à Londres et à Manchester. Les discussions se focalisent sur le « travail domestique », la nécessité de partage des tâches et les opportunités de travail en dehors de la maison.

1972

Juin : Publication du premier numéro de *Spare Rib*.

Août : Grève nationale des ménagères de nuit, un emploi très mal rémunéré et souvent à des conditions compliquées et dangereuses.

1973

Conférence nationale du *WLM* à Bistol. Un livre est publié suite aux débats : *Wedlocked Women*.

1975

Approbation du *Sex Discrimination Act*- qui rendait désormais illégal toute sorte de discrimination basée sur le genre- et de *l'Employment Protection Act*- qui impose le congé maternité aux entreprises et empêche le renvoi des femmes enceintes.

1976

Approbation du *Domestic Violence and Matrimonial Proceedings Act* qui permet aux femmes battues d'obtenir une ordonnance restrictive contre leurs maris sans nécessairement aboutir à une demande de divorce, ainsi qu'obliger l'homme violent à quitter le foyer familial.

1977

Organisation de la première *Reclaim the Night march* au Royaume-Uni. Cette manifestation était déjà organisée dans plusieurs pays européens pour soutenir les victimes des violences sexuelles commises dans les rues pendant la nuit.

1979

Margaret Thatcher devient la première femme à être *Prime Minister*.

3. Article *Spare Rib*. 1972. N° 26. *The History of the Housewife*.

FEATURE

In recent issues of Spare Rib there have been articles on the feelings of housewives today, and how we can share housework within the family. Now Catherine Hall writes about the history of the housewife.

In 1969 Catherine had her first child (she now has two). This led to an awareness of the changes that take place once a woman becomes a mother, and very soon she was discussing this with other women. From her involvement in this first women's liberation group in Birmingham, came the idea of dropping her work on a thesis as a medieval historian and looking at the position of women.

The History of the Housewife

What does the word 'housewife' mean, and has it always meant the same thing. One of the problems is that it appears to be a 'natural' condition. However much we may deny, at the rational level, that women are born only to marry, have children and look after a home, yet the fact that such has been the experience of the majority of women over many generations perhaps make it difficult for many people to envisage it being different. It's all very well knowing that the sexual division of labour is defined differently in some parts of Africa or Asia, but in England the one definition seems very firmly established. It is, therefore, important to discover the ways in which this division of labour - which sends men out to work and keeps women as an unpaid labour force at home (or sends them out to work to do a second job as a cheap, unskilled, labour force) - has changed over a long period and what have been the causes for this.

We are brought up to believe that it is our biological differences from men that have determined our secondariness - women bear children and are less strong than men - therefore, clearly they must stay at home or do jobs which are not demanding. The more clearly we can say the degree to which women's position is politically and culturally defined rather than biologically, then the better we can know what are the crucial areas to attack in our struggle to change it. It would suit the reactionary forces in this society only too well if we all believed that the family had always been the same and the position of women had only improved - for example, their getting the vote.

Most of the women's history written so far has been the history of exceptional women who have managed, despite all odds, to rise above their disadvantages and do something important - or the history of feminist organisations, most importantly of course, the suffragettes. The recent emergence of feminist historians - and a feminist history group - has marked a significant shift in the kind of women's history which is being written, but for the most part it is still very concerned with women at work or women who have organised themselves. Women at work are much better documented than women at home and once the split between the place of work and the home took place (which began in about the 17th century) it is particularly difficult to establish the home situation of working class women.

It is extremely problematic to work on women at home because of the lack of sources. It is only in the past few years that people have begun to take seriously what 'the house-

wife' might have to say and in the past it has not generally been seen as a matter worth recording. One of the problems is that literary and ideological sources exist in far greater numbers than economic or social data about the organisation of the household. But a major problem about using such ideological sources as published guides for household management is that it is very difficult to estimate what influence they had on the people who read them. It is relatively easy to find household manuals for many periods - often written by men and telling women what they should do. It is much harder to find women themselves recording their activities or commenting on them.



When we do find women's diaries, for example, they are often so imbued with a male view of the world that they accept completely the masculine attitude as to what is important and scarcely mention their activities connected with their homes and children. For the most part, of course, it is only upper and middle class women who write the kinds of documents that survive and the class divisions between kinds of households have always been great. However, bearing in mind all these difficulties, I began to do some research on the history of the housewife - wanting to tackle such questions as whether the job had always been defined in the same way, whether the structure and function of the family had changed, what has been the economic function of the housewife and have attitudes to the socialisation of children changed. The first period that I looked at was the 14th century, since I wanted to consider to what extent the position of women was different in a pre-capitalist economy and what changes capitalism brought with it. ▶

Spare Rib 9

To be a housewife in 14th century England meant something very different to what it does today, when it has been decisively separated from the productive and industrial sphere. It still involved domestic work and the care of children, and it was still unpaid; but for a large proportion of women it would also involve many other kinds of work besides - brewing, baking, looking after the poultry and so on. Part of the reason for that was the fact that the family itself, both among the peasants, and in the towns, was a productive unit.

The family means in this context father, mother, often unmarried brothers and sisters, possibly grandparents, children, servants and - in an urban situation - apprentices. In this family the labour power of each individual member is only a definite portion of the labour power of the family. Women were, therefore, themselves centrally related to production, and not only through their husbands. The pre-industrial family was a self-sufficient economic unit and consequently domestic work had a much wider definition than it does now. It might well involve brewing, dairy work, the care of poultry and pigs, the production of vegetables and fruit, the spinning of flax and wool and also medical care - nursing and doctoring. These areas were roughly defined as 'women's work': but there is much more flexibility in the drawing of lines around women's work and men's work - work was done on the basis of task-orientation rather than by way of a rigid and formalised division of labour.

There were some jobs which were always specifically connected with one sex. The higher manorial officers were always men and the dairy-maid, for example, was always a woman. A 13th century manual on 'The Duties of Manorial Officers' gives us an account of the dairymaid's work: 'The dairymaid ought to be faithful and of good repute, and keep herself clean, and ought to know her business and all that belongs to it. She ought not to allow any under-dairymaid or another to take or carry away milk, or butter, or cream, by which the cheese shall be less and the dairy impoverished. And she ought to know well how to make cheese and salt cheese, and she ought to save and keep the vessels of the dairy that it need not be necessary to buy new ones every year.'



Women provided either an explanation for evil or a haven of good.

The two most powerful medieval theories about women were the creations of the church and the aristocracy. The church's view of women was heavily influenced by St. Paul and saw women as the creation of the devil and as both inferior and evil. Marriage was an institution set up to contain the unavoidable sin of sexuality; as Our Lord put it in a vision to Margery Kempe the 15th C. mystic, "for though the state of maidenhood be more perfect and more holy than the state of widowhood, and the state of widowhood more perfect than the state of wedlock, yet, daughter, I love thee as well as any maiden in the world." The aristocracy on the other hand developed the counter doctrine of the superiority of women. This was connected with the cult of the Virgin Mary the adoration of the Virgin in Heaven and the lady on earth. Though the two theories were at different poles, in one sense both combined to give women another worldly role - they were seen as in no way central to political or economic life. This split between the wicked and the divine, the prostitute and the saint represents an ideological split and projection by men which has recurred in many forms. Women provided either an explanation for evil or a haven of good. Neither view had much to do with reality. In Chretien de Troye's romance, "Lancelot", the hero gets into Queen Guinivere's bed-room but Lancelot "holds her more dear than the relic of any saint" and "when he leaves the room he bows and acts precisely as if he were before a shrine". Neither of these theories were taken at face value outside the Church and the aristocracy; but what was clearly already accepted was that women were secondary and inferior.

Because of the need for their labour, women in the village were in a better position than aristocratic women, in the sense that they were involved in productive relations. What this means in fact is that they were free to be exploited in an equal way with men. The feudal economy was based on the ownership of land, which was the major source of power, by a relatively small number: the land was worked by both free and unfree peasants. Few received money wages - the unfree worked on the lord's land in return for renting some of the lord's land. Every peasant was subject to a

lord and in a hierarchical society every lord was subject to another who was ultimately subject to the king. Supposedly there was a system of rights and obligations at each level but at the bottom of the ladder the obligations which the lord owed to the peasant were absolutely minimal whereas his rights were extensive.

Peasant women were able to hold land though the normal assumption was that heads of households would be male - the position of widows in particular has long been recognised as of importance, both because of their longevity and their established rights. Manorial records, as Rodney Hilton has shown, do record a substantial number of women holding land - even as minors. It seems that unmarried women with holdings would usually quickly marry - the labour of the man was as important to the woman as vice versa. However, their right to hold land was only because the holdings were small and would not affect the distribution of power on the feudal estate. Aristocratic women, with few exceptions, could not hold land since land was the key to the feudal economy and once the property rights of a family or aristocratic line came into question women were simply a marriageable commodity. It is clear that peasant women did do heavy work on the land as can be seen from the illustrations of clod breaking and there is evidence that at some points they got equal pay. The question as to whether women labourers were paid the same as their male counterparts seems to have something to do with job definition and bargaining power. Female domestic servants were low paid, for example, because they were subject to non-economic compulsion since they tended to live in the lord's household and could have all kinds of personal pressure put on them. But it would be wrong to associate the respect given to women's labour with a society free from discrimination. Distinctions were of course made in the law, education, the church and in political and property rights between men and women. Peasant woman could not assume the limited rights to property which men had - their rights were much less clear and would probably depend on the customs of a particular locality.



A woman and a man clod breaking to prepare the earth for planting.

Women were, furthermore, subject to particular kinds of exploitation by the feudal lord. At Pittingham in Staffordshire in April 1369, Juliana, the daughter of Roger Baroun, was 'deflowered' by a Welshman and had to pay a five shilling fine to the lord of the manor. A woman who was not a virgin had less monetary value to her feudal lord since a well-to-do peasant might refuse to marry her and consequently the cut of the marriage settlement which the lord got would be less. In 1388 Agnes, the daughter of Juliana Prynce, had to pay ten shillings to the lord of the manor to be able to marry and go as a free woman with her goods.

But abstract theories about the proper role of women were not allowed to stand in the way of meeting familial and social needs. Peasant women were able to play a relatively independent role in day-to-day economic life - they were open to the same kind of exploitation by the feudal lord as were men whereas at other times the appropriation of women's labour has been effected in a more indirect way. This means that women were likely to organise themselves politically in the same way as men. In Halesowen in Worcestershire in 1386, 'A certain John atte Lythe and Thomas Puttewey, serfs, by the advice, procurement and maintenance of a certain Agnes, wife of John Saddler, assembled an illegal conventicle of unknown rebels against the abbot . . . saying openly that they did not wish any more to be considered as serfs of the abbot and would not do any of the previously owed services.'

The social, political and ideological dominance of the male was clear,

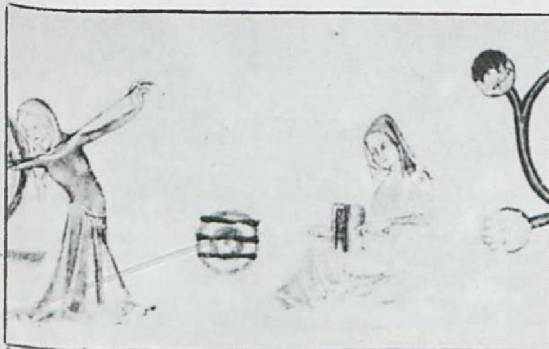
however, at the local level. Women were not the heads of tithings, they didn't sit on local juries, they didn't fill the office of constable or reeve. Women with a legal title to a holding could often be obliged to marry and they had to suffer a regular barrage from the Church about their evil influence. Women played a variety of economic roles within the village - they were not all housewives and housewife had a much wider definition than it does now. They were not all housewives because there was a much smaller number of households to the population and there might be several women living in a household whose jobs were as domestic servants or labourers. Peasant women might, according to their age and marital status, be doing a variety of different jobs. They might be doing specifically women's work, such as spinning and carding or in the dairy; they might be doing work which was not rigidly defined as men's or women's - in the fields - ploughing or harvesting; they might be working centred around their own household - cooking, brewery and caring for children or as domestic servants either in the lord's house or in the house of a richer peasant.



Housewife meant the organiser of a centre of production.

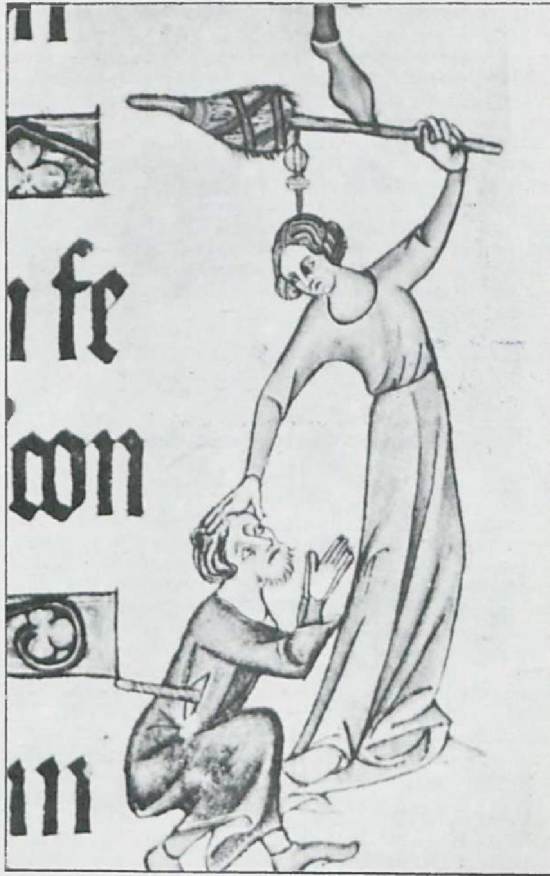
Housewife in 14th century England tended to mean the coordinator and organiser of an establishment and of a centre of production. The condition of being wedded to a house was a more substantive one than it is now because the 14th century house had a different function and meaning from the 20th century equivalent. It did imply a status which was, however, considerably limited by the current ideology on the position of women. This reminds us that the ideological forms do not merely reflect the economic but have a life and relative autonomy of their own which can even serve in certain instances to limit and restrict the economic sphere. The economic and ideological demands on women in the village were to a considerable degree in contradiction to each other.

The situation was very similar in the towns - being a housewife was recognised as a particular job but it involved a wide range of domestic activity. Generally there were no frontiers between professional or business life and private life. These activities all tended to go on in the same living/working area. The household was the centre both of domestic activity and mercantile activity. This integration of work and home contributed to the fact that it was not necessary to regard the socialisation of children as one of the most important functions of the family. Children were not seen as a special group - once they were past infancy they were absorbed into the adult household and were educated by the process of life and work going on around them. Domestic service and apprenticeship were two of the major ways of educating and these applied to boys and girls alike (though the evidence as to girls being formally apprenticed is unclear, they certainly were apprenticed and trained informally).



Women carding and spinning.

In a feudal society the notion of service was central both to the relations between lord and master, parents and children, lover and mistress. Transmission of a way of life from one generation to another was ensured by the everyday participation of children in adult life. In the towns, as in



the villages, women were engaged in a wide range of economic activities connected with the family as a unit of production. Women figure in guild records as barbers, furriers, carpenters, saddlers, joiners, and in many other trades. There are relatively few trades which explicitly exclude women. All the female members of a merchant's household would be engaged in some form of economic activity - the housewife herself might spend a good deal of her energies organising other men and women to fulfil the necessary domestic tasks so that she would be free to engage in mercantile activities. Women in smaller scale households might take up one of the entrepreneurial activities which were often associated with women because they were extensions of domestic activity - Margery Kempe who was the daughter of one of Lynn's leading citizens describes how "she now bethought herself a new housewifery" and went in for milling - this was after the failure of her brewing enterprise which she ascribes to God's disapproval of her involvement in such activities: "Then for pure covetousness, and to maintain her pride, she began to brew, and was one of the greatest brewers in the town of N. for 3 years or 4, till she lost much money . . . For, though she had ever such good servants, cunning in brewing, yet it would never succeed with them."

But the degree to which it was considered the duty of the good wife to look after her husband should not be underestimated. 'The Goodman of Paris', a late 14th century text, instructs the wife: 'Wherefore love your husband's person carefully, and I pray you keep him in clean linen, for that is your business, and because the trouble and care of outside affairs lieth with men, so must husbands take heed, and go and come, and journey hither and thither, in rain and wind, in snow and hail, now drenched, now dry, now sweating, now shivering, ill-fed, ill-lodged, ill-warmed and ill-bedded. And naught harmeth him, because he is upheld by the hope that he hath of the care which his wife will take of him on his return, and of the ease, the joys and the pleasures which she will do him, or cause to be done to him, in her presence, to be unshod before a good fire, to have his feet washed and fresh shoes and hose, to be given good food and drink, to be well served and well looked after, well bedded in white sheets and

nightcaps, well covered with good furs, and assuaged with other joys and desports, privities, loves and secrets whereof I am silent. And the next day fresh shirts and garments . . . Wherefore, dear sister, I beseech you thus to bewitch and bewitch again your husband that shall be, and beware of roofless house and of smoky fire, and scold him not, but be unto him gentle and amiable and peaceable. Have a care that in winter he have a good fire and smokeless and let him rest well and be well covered between your breasts, and thus be with him . . . And thus shall you preserve and keep your husband from all discomforts and give him all the comforts whereof you can bethink you, and serve him and have him served in your house, and you shall look to him for outside things, for if he be good he will take even more pains and labour therein than you wish, and by doing what I have said, you will cause him ever to miss you and have his heart with you and your loving service and he will shun all other houses, all other women, all other services and households.'



aristocratic women were decorative pawns.

The position of aristocratic women in the 14th century was much more rigidly circumscribed and narrowly defined than that of their lower class sisters and this was paradoxically because they could not be housewives. Their position was much more determined by ideological considerations than by economic ones because their husbands and fathers were wealthy enough to free them from the economic necessity of engaging in domestic activity with all its ramifications. There are cases of widows who were heavily involved with estate management or of queens who were actively involved politically but in general most upper class women were almost entirely without political or juridical rights and they spent their lives under the perpetual wardship of a father a husband or a guardian. They had minimal rights over their own property – it simply made them into suitable marriage alliances.

The lack of freedom of aristocratic women was fundamentally connected to the centrality of private property. It was essential for a lord to defend the property rights of his family against any intrusion. He wanted to be sure that his land would be passed on to his heirs and them alone. A major interest of every feudal landowning family was to extend their property – to make good marriages which would result in this, to buy up whatever they could to consolidate their estates and to increase them by force if the occasion arose. Because property was naturally inherited through the male line and property meant land, men and power, women were inevitably seen as decorative pawns. In a period when conspicuous consumption was becoming an increasingly important symbol of power within the ruling class, to have a leisured lady as a wife followed round by a company of young men who were dying of love for her was one aspect of that consumption. It increased the status of the husband in the eyes of the world.

We can see from the medieval definition of housewife how close a relationship there is between the position of women at work and at home – in pre-capitalist society because there is no split between the two, being a housewife means, being engaged in a whole range of productive activities centred both in domestic activity for private consumption and in domestic activity which would be marketable. There are two sets of considerations at work in defining women's proper work – firstly what it is on the whole thought right and proper for women to do and, secondly, what is – given the circumstances of production at the time – practicable for women to do. These two continuously interact on and constrain one another. It is the interaction of the ideological with the economic – both levels within the same social formation but having a relative autonomy of their own – which are the major factors in the definition of housewife.

The extended activities of the 14th century household were beginning to disappear by the 17th century. The emergence of capitalism led to extensive changes in the organisation and function of the family. The family became far less important in production but at the same time far more important in the creation of the relations of capitalist production – in the production we might say of bourgeois men. Women became considerably less important in the direct creation of surplus value but more important in the reproduction of conditions for labour power – the family had to

become the training ground of rational men. With the development of capitalism comes the separation of capital from labour, the separation of the home from the place of work and the separation of domestic labour and commodity production. With the development of a capitalist mode of production the household is no longer the central unit of production. We are already beginning to discern the family as a centre of consumption.

This was, of course, a very long term change, but the separation of work from home has a vital effect on women since it brings with it a much changed conception of the sexual division of labour and what constitutes women's work. Two of the major functions of the family within capitalism are to act as a centre of consumption and to act as the unit which is responsible for the maintenance and reproduction of labour power. The change, in the family from being the major unit of production in the society does have quite specific effects on the housewife. As more consumer goods and services become available on the market, so there is less need for the household to be a self-sufficient unit – a narrowing down of the conception of domestic activities takes place. The housewife still has direct responsibility for the physical care of her husband and children; with the separation of work and home within the capitalist organised trades comes the much clearer division of labour between the man who goes out to work and the woman who stays at home. In a poor labourer's family the woman would often take on work at home which would, of course, be extremely badly paid; the use of women as outworkers has always been a way of ensuring cheap labour and with little danger of organised resistance.



A woman and a man weeding.

At the same time, the family was becoming much more responsible for the socialisation of the child. The reproduction of labour power requires not only material care but also ideological care. Labour power must both reproduce its skills and its submission to the rules of the established order – in other words, the reproduction of submission to the ruling ideology for the workers and the reproduction of the ability to manipulate the ruling ideology correctly for the agents of exploitation and repression.



y 17th century women are deprived.

In the 14th century, the Church provided the ideology of feudalism – it deified hierarchical relations. With the crisis in the Catholic Church, the Reformation and the development of Puritanism, the Anglican Church no longer combined within itself religious, educational and cultural functions. Consequently the family became much more formative in the socialisation of children. As a prayer in the primer of 1553 put it, 'To have children and servants is thy blessing, O Lord, but not to order them according to thy word deserveth thy dreadful curse.' The woman's role in this was limited. She was her husband's lieutenant and ultimately he made all the decisions of importance in most households.

Meanwhile the wives of the bourgeoisie were becoming less and less



Women cutting corn, with a man gathering it.

involved in domestic and productive activities, and increasingly the desired image was that of the lady of leisure. Housewifery seems to continue to be a valued skill amongst families of middling status where the labour of the woman was still needed. For those who can afford it, however, the ideal is the old, aristocratic one of passivity and dependence – a living demonstration of the wealth of the husband or father. Whereas in the medieval village, at least women had a crucial economic function which was recognised, by the 17th century women are deprived both economically and ideologically as secondary – as people who care for and support others rather than themselves being active in the world. There is less tension between the economic and the ideological spheres than there was in pre-capitalist society because the woman's two main economic functions have become firstly, the organisation of a household which is no longer the central unit of production, and secondly, the provision of a cheap supply of labour.

The more rigid and inflexible sexual division of labour which began to emerge in the 17th century became more institutionalised with the development of industrial capitalism in the 19th century. With the more total separation of work from home and the public from the private, the proper role of women was increasingly seen to be *at home*. The ideal middle class home was a haven from the competition and pressures of the world outside. As Ruskin put it in *Sesame and the Lilies*, 'This is the true nature of home – it is the place of peace, the shelter not only from all injury but from all terror, doubt and division. In so far as it is not this, it is not home; so far as the anxieties out of the outer life penetrate into it, and the inconsistently minded, unknown, unloved, or hostile society of the outer world is allowed by either husband or wife to cross the threshold, it ceases to be home.'



he proper role of woman is to be a Victorian lady.

As the rapidly expanding bourgeoisie extended its range of power and influence – as it established itself not only economically but also politically, so it took on, as the 17th century bourgeoisie had done, the ideas of the ruling class about the proper activities of women, namely a dependent idleness. The mass production of articles formerly made in the home made idleness physically possible for the privileged. The Victorian leisured lady was necessarily bound up with the exploitation of her less fortunate sisters. She relied on lower middle and working class women to nurse and train her children and to do the domestic work associated with her household. Her own involvement would be confined to supervision. At the same time she made use of factory produced goods often worked on by women in the most appalling conditions – her clothes would be made by girls working in sweatshops – long hours for very low pay – she was surrounded by the fruits of exploitation. The ideology of domesticity was far in advance of the real practice – not only did considerable numbers of middle class women have to go out to work but the vast majority of working class women were engaged in work either inside or outside the

home. However, because it was the dominant ideology it did have considerable effects on working class attitudes, despite the differences in situation.

In the 19th century the pattern established in the 17th century with the development of the capitalist mode of production was strengthened and extended with the formation of industrial capitalism. As the division of labour becomes more refined and job specialisation increased so the sexual division of labour rigidifies. The bourgeoisie make their wives into ladies in a position of complete dependence economically and complete subordination ideologically and then use lower middle class and working class women to service their households and produce their textiles.

The emergence of monopoly capitalism has not fundamentally altered the sexual division of labour. Two of the main functions of women with 20th century capitalism could be described as the provision of unpaid labour in the home and the provision of a reserve labour force which is predominantly unskilled and low paid. The role of housewives as consumers has also become very important. The household is now a servicing unit – only productive in the sense that it 'produces' and reproduces labour. As Sheila Rowbotham puts it, 'The housewife maintains the male breadwinner and the children, not by producing goods herself, but by servicing them with goods, produced in the commodity system'. Women buy packaged foods and consumer durables thus cutting down considerably on the time taken in running a house but also providing an ever-expanding market. But, however many gadgets and aids exist, housework can in no sense be abolished without fundamental social change, and women still work extremely long hours in the home.

When we talk of men and women making their own history we must always remind ourselves of the massive institutional and ideological limitations within which women have had to operate. There have always been women who have struggled against the current social definitions both publicly and privately. That struggle has resulted in continual modifications. But it is only when the capitalist economy needs women in large numbers on the labour market that the mystifications of the idealised wife and mother disappear and a new note is introduced. The society can organise creches and canteens and substantially reduce the need for privatised domestic activity as can be clearly seen from the experience of the two world wars. It is for this reason that it is so essential to see the woman as housewife as only one part of the definition of women's work. There is no enduring definition of housewife – the role shifts and changes according to a complex of economic and cultural demands. I hope I have begun to establish the case for a history of women at home as well as in the world of work – if we confined our interest to women in the public sphere we would be accepting the male capitalist, definition of the areas of importance and significance in the society ■



Catherine wants to emphasise the fact that her work has only begun. She would be pleased to hear from any other women who are interested. You can write to her care of Spare Rib.

Family everafter

Michelene Wandor

How effective is the family structure today? does the security it offers really satisfy the needs of the individual? Michelene, who is married and has two children, gives her views on the nuclear family.

**Photographs by
Claire Schwob**

In the second issue of *Spare Rib* Mary Stott questioned the need for white weddings. But why not go further? Why not question the need for weddings at all, the need to get married and live in a little house with your mate and children? Is it, in fact an inevitable need? Is it the only and best way of organising the personal centre of our lives? On the surface it would appear to be. Large numbers of people get married every year; the whole of our upbringing, education and entertainment lead us to believe that love and marriage do indeed go together like a horse and carriage, and have always done so.

However, you probably don't have to look further than your own family (whether you're a parent, child, or both) to see some signs that all is not well; that the horse and carriage is straining up a never-ending hill with very little guidance if it has problems or breaks down. Psychologists write about the ways in which children suffer from social tensions created by their immediate family; doctors produce evidence to show that increasing numbers of housewives come to consult them about depressions and psychosomatic illnesses; children and parents find they can't communicate, husbands and wives begin to see each other as irritants with moments of compensation, rather than the person they 'freely' chose to build their lives with. The fact that most people still 'choose' marriage as the way of consolidating their central relationship doesn't mean that we are stuck with the institution, for better or for worse. It is more likely to indicate how difficult it is to create coherence out of an apparently disconnected morass of minor irritations which touch us where we are most vulnerable — in our personal relationships.

The more confident we become that there is nothing wrong in thinking there is something wrong with the family, the closer we'll move to a real and widespread change. The question is complex: one can't really understand what the 'family' is — how it has developed, the different forms it has taken, its function as a social unit without seeing it in the context of past and present society. I can't attempt to give that kind of definition here; I can only describe some of the overwhelming pressures which are the reality behind the vision of 'happily ever after' lived out in the environment of a Sunday supplement dream we all *really* know to be impossible. The emotional focus of this dream is the woman, caught in a million gossamer threads, lightly woven into the finest and most delicate mantle of suffocation. Love and a woman's place are in the home. What are the realities behind the ad-man's blurb?

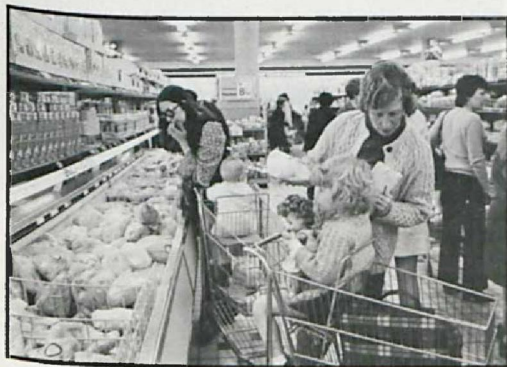


Most women are either totally or partially dependent on their husbands. If they work they are either paid at a lower rate, have jobs of a lower status or work part-time, thus earning an income secondary to their husbands'. In most middle-class families this dependence is seen as *sharing*, or a fair division of labour. If he works all day and earns the money and you do the housework and look after the children, then that's fair. But as a woman you are infinitely more vulnerable in this situation than he is. His work is defined by another place, specific hours, tasks and conditions, and most important, by the fact that it is *paid* and thus officially recognised by the society. Your work is not defined by any of these conditions, and officially doesn't exist — to anyone outside your immediate family, that is. Your husband doesn't pay you for it and would probably be shocked if you suggested he did; he hasn't bought you — you have freely chosen to love and live with each other. So your housework is a subtle confusion between doing your 'fair' share, and acts performed because you love your family and want to look after them. As all women know, housework and children always exceed any definition of a working day; and because a woman's work takes place at home and a man's at 'work', it is difficult for any woman to make demands on her husband to share even the amount of housework that needs to be done when he's at home. He can refuse to get up in the middle of the night to feed the baby, refuse to do his or anyone else's washing or cooking on the grounds that he needs to conserve his energy for his own 'work'; after all, if he didn't bring home the money, how would you all live? For him housework is only defined as work when he doesn't want to do it. If he does, it is as a personal favour to you — as an act of 'love'. Your act of 'love', however, is compulsory.

Because a woman's working sphere is the home, she is the one who organises its mechanics. She decides where clothes, dishes, etc are kept. While her husband may have little real say in what happens in the world, at work he is at least in control of his immediate function. But when he comes home, he is in his wife's world, and her control of her 'world' is intensified by her total lack of control of relationship to the outside world. Because she receives money at second hand — from her husband's salary — her dealings with the world are second hand. Because her husband's day is divided between home and work, he probably comes into contact with more people, is more used to seeing other areas outside the home. A housewife's whole world is limited to her home and shopping, and it's easy to lose the ability to do more than the basic necessities: you balk at making arrangements on the phone, you lose the ability to deal with strangers easily. Because a woman's opportunities for communication are so much more limited she needs to dominate in the small area she has control over, and may well become bossy, hen-pecking, encourage her husband's helplessness (while covering herself by also complaining about it). If in fact he *did* offer to share the housework completely, she would lose what little control she had, and be made redundant, and at some level she is aware of this.

Our prevailing sexual morality is a repressive one; there are vast pressures to restrict sexuality to marriage and anyone who tries to work out more liberated forms of living and relationships inevitably finds it difficult. There is also widespread confusion about sexuality — from the amount of factual knowledge people are given, to controversy over what is 'right' and 'normal', or 'wrong' and 'abnormal'. Marriage could theoretically create at least one relationship for each person where sensuality was free and open, but it's wishful thinking to assume that two repressed individuals inevitably become liberated sexually when they marry, just because their activity has been morally and legally sanctioned by the society. This is further confused because of the different sexual role conditioning for men and women: men learn (not always happily or successfully) to be aggressors, women to be passive. Because of the woman's economic and psychological dependence on her husband, she is also sexually dependent, continuing to need and want his approval.

However, as soon as she has a child she is in the reverse position — she is, as it were, the man. The child is totally dependent on mother for the most intimate things — she handles its whole body, cleans its vomit, can kiss and cuddle it whenever she wants to — and she is therefore the initiator of sensual contact. Babies respond instinctively, and for many women this may be the most openly sensual exchange with another human being they have ever had — or may ever have. Essentially this is very healthy, but it does have the drawback of firstly being a situation in which incest taboos are still very strong, which means that the mother can never consciously admit to herself that she gets simple, sensual pleasure out of this contact; and secondly, she again finds herself playing a schizoid role: with her child she is initiator, with her husband she is still the passive one in the relationship. ▶



One of the few ways in which a woman can be genuinely productive in the home is to have children; not only does she create in her own body a new and complex human being, she also creates a potential situation of loving and caring, an emotional exchange between parents and children.

At first, when the baby is totally helpless the mother does everything: prepare its food and feed it, bathe it, wash its clothes, give it love, warmth and security. Because of her working role at home, a woman also performs many of the same functions for her husband: prepares his food, cleans up his mess, washes and mends his clothes, provides him with love, warmth and security – the functions his own mother performed for him. As soon as a child joins the family, what she does for her husband becomes blurred between lover- and mother-function. Because her feelings for her child are far more protective, and because the child (initially, anyway) can't question what she does, she may well transfer the same feelings to her husband: think of him as a helpless baby, since in most practical things around the house he is – though wilfully rather than involuntarily. However, as far as he is concerned, she is still the adult and sexual partner he married, and while probably accepting many of the mother-functions she performs for him, he still expects her to switch back into being an 'adult' on occasions. Her functions are distinct, but often simultaneously demanded of her, so that she has to be an actress switching deftly from role to role; mother to baby, mother to husband, lover to husband, nurse to baby, nurse to husband, dependent on husband, psychologist and teacher to baby, pupil to husband.

Somewhere within this labyrinth is her 'self', if only she can find it. The odds on her finding it are minimal, since she never makes the choice on which role she is playing. That is always determined by either her husband or children, or both in conflict with each other.

The isolation of mother and child/children in the home means that they have total freedom in their relationship with each other in the sense that there's no-one else to restrict their regime. However, this becomes confused for both: there are conflicts between the emotional freedom a mother has with her child and those she establishes with adults. With a baby you learn a subtle, non-verbal system of communication. You are ultra-sensitive to its demands, learning to recognise meanings in the tiniest nuance of movement and sound. Other people marvel, assuming it is born of some mysterious, eternal mother-child bond, forgetting that they themselves experience similar intuitions with lovers or people they are close to. Through contact with small children you relearn spontaneity of response and expression, you 'play' again. However, you might be able to roll around on the floor and gurgle at home, but if you do it in the street people think you're mad. It's also confusing for the child who sees you as a free and loving person at home, trying to answer questions about sex, race, etc, and then in public sees you behaving like everyone else, defending the status quo by conforming to norms about behaviour. It takes a long time before the child can understand the nature of this split.



The home is a place of refuge and shelter from the rest of the world. It is a defensive oasis; the front door isn't just a few planks of wood, designed to keep out the rain and the prying eyes of neighbours, but a symbol of the division between two worlds – the outside, public world and the inside, private world. Our imagination (nurtured by education and culture) tells us that as women we are better off in the private world, caring for children, free to organise our time, our emotions unfettered by the realities of nine-to-five and bureaucracy. But we don't realise that once we shut the door we have committed ourselves to – at the best – quarantine, or – at the worst – to an indefinite prison sentence for some crime which no-one has quite defined. After all, by 'choosing' marriage and a family, we are presumably choosing what is natural, and we should therefore be happy. Our failure *must* be individual, we think.

Who can you complain to? From whom can you demand better conditions, discuss what went wrong? Your husband probably believes (with certain variations) that a woman's place and job are in the home; he may himself be suffering pressures outside the home, and the odds are he can't really understand because he hasn't experienced your pressures himself. If he's sympathetic he hasn't got the answer, even if he's got the kind of job where he can share the home load more equally – an alleviation only possible for a tiny minority of couples.

What began as a dream of love and security, a challenge, the building of a home and family, becomes a nightmare. The sounds the children make become torture, you feel guilty because it isn't their fault; housework is meaningless, the day doesn't seem worth getting through. No-one can understand that you've simply been driven mad and that it isn't a condition that pills or therapy can cure (though both may relieve you). I use the term 'mad' to describe a state of dislocation in which you don't know where or who you are. With no real relationship to the outside world, you are a kind of bewildered prize in the perpetual emotional tug of war between husband and children without time or space to worry about where you yourself fit in. No woman can emerge from it undamaged, and most women are damaged severely. It's just that the signs are dismissed; they're 'neurotic', or 'hysterical', or 'unnatural'. On the surface women cope, children are pretty healthy, the family facade is maintained. But the price we pay is too great: the family may be obedient to physical incest taboos, but it over-compensates by emotional incestuousness. Husband and wives bicker like the prisoners in a cell that they are, children can't wait to get away from their parents, parents feel abandoned and betrayed.



I've said little about the ways in which men and children are oppressed by the family. This is because children have still got their lives in front of them (if they can rid themselves of their family ties) and men have some compensations: at the very least they get out of the house, they have contact with the outside world and other people through their work and friends. They at least have a defined social role (even if it's an oppressed one); they generally have established structures within which to make complaints and demands if they want to. Women have none of these, only the sense of failure and guilt.

If anything is to change we must examine the signs: no irritation or discontent should be ignored, however small. We need to be as honestly critical as we can about our own families, whether we're parents or children or both. We must realise that our failure is not that of individuals. The family as it exists today is a non-starter. It is not a social institution in which anyone except a privileged few can develop either their own abilities or their relationships. The dream was never possible and so the question of failure doesn't arise. The family as we know it hasn't always existed, and if we are careful to understand it as well as we can, we can work towards new ways of organising our personal relationships and the way they integrate with our work and other areas of society.

As a long-term prospect this will inevitably involve more communal forms of living; at this stage the answers are different for different people. For some communal living is already possible to some extent, in some families there is a genuine attempt to break down the division of labour so that both work and both share the housework and children. For other people the understanding has meant the break-up of the marriage. This is traumatic and damaging, especially to children too young to understand, but it is important to realise that it is the extreme, violent isolation of the family unit which forces people to break out of it with violence so that its members can define for themselves their own lives, relationships and identities. As members of our society we are all responsible for what happens in it. If we have not yet actively been so, then now's the time to start.

There are some books and pamphlets which analyse in greater detail the role of the family unit in the society as a whole; they're worth reading as they give a wider context to some of the points I've made in this piece.

The Feminine Mystique, by Betty Friedan (Penguin); *The Myth of Motherhood*, by Lee Comer, Spokesman pamphlet, 8p, from the Women's Liberation Workshop, 3-4 Shavers Place, London WC1; *Woman's Estate*, by Juliet Mitchell (Penguin), 25p; *Political Economy of Women's Liberation*, by Margaret Benston, American pamphlet, from Agitprop, 248 Bethnal Green Road, E.2. ■



5. Article *Spare Rib*. 1978. N° 72. What offends one of us, wont offend the next chap.

"What offends one of us won't offend the next chap"

The Advertising Standards Authority's line on sexism

by Jill Nicholls and Pat Moan

I am alone in the underground waiting for a train. All around me are huge images of female parts: giant rubbery peach tone breasts, wet lips, denim bums, damp-looking stomachs, long legs in high heels ("Hundreds of women take them off for us every day"). I don't know where to look that doesn't make me feel angry or vulnerable. A man comes into the tunnel and looks me up and down. All these ads are like his gang—telling him I am a cunt-thing, a leg-thing, a breast-thing and that I am waiting for him. He is psyched up to think that he has a right to me. (The Lovable bra ad, his hand resting lightly but oh so firmly on her naked waist—his territory).

My mother used to say it was a great relief to her being an old woman because men left her alone. So I am careful to conceal my youth, never to look like those ads. When it is hot I don't wear shorts because it isn't safe: I become a leg-thing. Even in a T-shirt one becomes a tit-thing, ogled, mocked, prodded... Winter means armour of boots, coat, hat and relative safety, but there are no summer clothes behind which to hide your body...

SEXIST ADS EXPLOIT ALL WOMEN

The Advertising Standards Authority, "editors of our streets" as they see themselves, hotly deny that sexist images are a general representation of women. They don't have anything to do with us, now do they? As they say in their letter rejecting the complaint against Wells "juicy, fruity, fresh and cheap" orange juice ad, it "plainly was not making a statement about women in general, or seeking to suggest to any individual woman who saw the poster that she was required to identify herself with the woman depicted in it".

But even if you don't identify yourself with those ads, men do. Advertising is an incredibly powerful agent of male supremacy, a fact which the ASA glosses over with platitudes like "you have your views and other people have theirs". Of course we have our views but the advertisers have the power and pay a fortune to buy space to push their products. The rest of us are left speechless.

"I stand in the underground station coming to work in the morning with the pictures on the wall of girls in bathing costumes. *Extremely* pretty girls. And I stand there and I enjoy them thoroughly. I come into the office and there's a letter of complaint about the very advertisement that I'd been enjoying",

says Tony Painter, deputy director of the ASA. "That just proves the point that we've all got our own views. What offends one of us won't offend the next chap."

Geoffrey Williams, new boy at the ASA, is sure that a lot of men "really like lascivious advertising". Pushed, he does admit that the use of women in ads reflects their position in society (it may not seem much but it sounded really advanced during our interview in their boardroom!) But the ASA, *not* a government body but the self-policing arm of the advertising industry, financed by a 0.1% surcharge on display advertising, is obsessed with antiquated notions of 'taste and decency' which are totally defined by what they conceive majority views to be, based of course on their own.

The ASA waits for complaints to come in, rather than taking initiatives themselves, though they do pre-vet ads in certain areas—cigarettes and slimming aids for instance. They cover only press and poster advertising—cinema, TV and radio are not their responsibility.

The council of 12 members appointed by the chairman, himself appointed by the advertising industry, considers complaints behind closed doors. They meet once a month to decide on cases prepared for them by a secretariat (nearly 40-strong) which services both the ASA and the Code of Advertising Practice (CAP) Committee, a trade association to which most advertisers and publications belong. The CAP committee writes the code—with its empty call for ads to be "legal, decent, honest and truthful", whatever that means—and the ASA supervises its implementation.

Asked about their criteria on sexism, which fits only under their umbrella of 'decency', Painter said, "Really you're asking me to read the minds of the council and that's very difficult for me to do... They're just like everybody else, you've got a group of 12 ordinary people making these judgements. You get another group of 12 and they might take a different view—it's the name of the game."

Just like everybody else? The ASA boast that two thirds of the council have no connection with advertising and so "our independence is assured by the independence of the members of the council, who have no axe to grind". What's more... "they come from all walks of life" and three are 'ladies'. Yes, there's MPs, company directors, lords, a vicar, even the Baroness of Fulham (just an ordinary housewife?).

They're proud too that their members



HUNKY, CHUNKY BIG & CRUNCHY

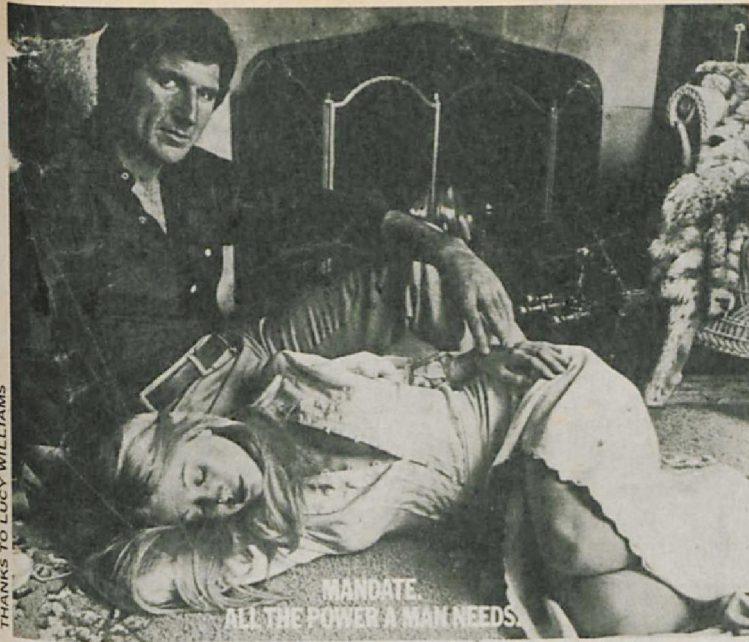
STUART'S Nutz Are Best

are answerable to no one—"We don't want representatives, we want ordinary people, people who make their own judgements."

In the case of the Wells ad, which received, they say, about 20 complaints, a lot by ASA standards, Painter said: "the majority of the council didn't think that the words could logically apply to the caricature of the woman". One of the arguments was that although the words could apply to the woman, "they could equally well apply to the orange juice"! (Who was talking about logic??)

The fact that the drawing was stylised loomed large for the council—quite why escaped us. They seem to see style and humour as a thing apart from the 'content' or 'meaning' of an ad, which they take clodhoppingly literally. Asked if they'd ever had any complaints about sexual imagery in ads—phallic symbolism, (foaming champagne bottles), masturbation scenes like in the Rothmans ad where the uniformed arm reaches for the gear lever—they looked slightly shocked and said, "No. Well yes. Doubtless from time to time but I can't recall having one. But then I've only been here a short time." Judging by their response to Wells, the chances of such complaints being understood is pretty low. They can spot a nude when they see one and disapprove, but don't delve much deeper—though they do claim to know the difference between feminist objections to the exploitation of women and puritanical revulsion at nudity as such.

Job ads that are overtly sex discriminatory ("Girl Friday wanted") are relatively easy to deal with because they break the law. (Painter points out that Britain's race relations legislation is stronger than that on sex discrimination, which has nothing comparable to the clause about not "inciting to racial hatred".) Ads like those for Green Shield stamps that idealise



THANKS TO LUCY WILLIAMS

This is an ad for a male perfume. Logfire and fur signify luxury (material success). The woman lies at his feet, hair dishevelled, skirt and blouse open, the just-fucked look (his sexual success). Her body is carefully arranged for the viewer (voyeur). The man stares the camera in the eye, challenging yet sure of himself. His hand rests on her — his territory, his possession. Note the wordplay on 'mandate' — he's man, she's date, plus the literal meaning of mandate — he is authorised to do as he wants with her, like a conquering nation over a colony. All the power a man needs. . . .

women as housewives and insist on our role within the family as carers, consumers and dependents, are not illegal...or indecent...they're just sexist, and that doesn't count.

Factual complaints they find easier to deal with (if an ad promises 90% beef when the stuff's made of soya), so we asked about another kind of 'misleading claim'—you'll get a boyfriend if you use this deodorant/cleanser/hair-remover: buy this and he'll buy you.

"The question the council would ask itself is whether a significant number of girls would be silly enough to believe it" says Painter. So if you're influenced you're silly, if you're not it's a bad ad. And how can women *not* be influenced by the messages screamed from all sides?

Though Painter "can't remember" a complaint on grounds of sexism being upheld, writing to the ASA is not an utter waste of time. In the case of Wells, which they insist was "a borderline case", each complaint was passed on to the company and the effect of that is "to deter Wells from using the same ad again", according to Painter. Unless a complaint is considered too "trivial" to pursue, they publish the results of their investigations—for or against—in a monthly report, sent out to consumer agencies and the media—this includes the name of company and product and is considered bad publicity. If an advertiser refuses to change an ad against which a complaint has been upheld, the ASA can ask the media not to accept it. As a last resort it could recommend that the advertiser's trading privileges be withdrawn. In any event they do assume that for every complaint they receive, 100 to 1,000

other people are also offended who didn't bother to write. Diplomatically perhaps, they kept urging us to test the system and see how they handle anti-sexist complaints: "It's difficult to criticise the system if it's not being used isn't it—you ought to try it out."

If everyone who sent a cutting to *Spare Rib's* Tooth and Nail—on average two or three a day—or slapped a sticker on some hideous poster, also dashed off a note to the ASA, they'd be overwhelmed!

However, they are sticky about defining how 'representative' opinions are (ironically, given their own constitution). The code is meant to reflect "the prevailing view of the population of the UK". They ask if an ad will "offend the majority of people who will see it...We may get a dozen complaints about a particular ad or poster and immediately a new question arises: how representative are these complaints?" Sometimes they are prepared to withdraw an ad if a 'minority' is deeply offended—for instance a Smirnoff vodka ad which made a joke about the Titanic (because it upset relatives of those who drowned) and a Japanese car ad which mentioned Hiroshima.

But angry women don't get this special treatment.

ON THE OFFENSIVE

Affirm is a feminist alliance against ads, articles and images that exploit women. Its aim is, simply, to abolish all sexism in the media. As well as using traditional ways of campaigning—writing

to the ASA and to TV and radio stations, monitoring newspapers and writing letters to the editor—the women involved also try to work out more imaginative methods. They support direct action, sell stickers and badges and are preparing an action kit for the enraged woman! They're willing to speak at schools, colleges and conferences, and plan to hold a conference of their own in the autumn.

Affirm, they feel, has a huge consciousness raising function: "We try to get behind the ads, showing how media images interrelate with a whole ideology. People get used to sexism, they aren't shocked any more. There's a lot of emphasis in ads on the possession of women—this relates to violence against women, because if men can't have the women they're offered, they take."

Affirm meets fortnightly in London and functions as a contact point for individuals around the country. It's eager to form new groups and hear from more women.

We have had reports of individual women dreaming up schemes on their own... one woman even thought of sticking pins in Wells plastic orange squash bottles in supermarkets (illegal of course).

If you're caught spraying—or tearing down or subverting posters with stickers—sentences can be heavy. You're treated as any ordinary vandal—political motivation seems to come into it only if used against you! If you do get caught, cash in on the publicity. When Diane Potter and Maria Schween were tried in London recently for 'defacing property'—posters for *The Stud* and *Emmanuelle*—crowds of women picketed the court and the story made all the local papers.

Even if the ad-men are dreaming up ways to incorporate our protests—Like the Brook Street ad with leg in plaster cast, complete with empty space just inviting passers-by to scrawl a message—graffiti are still one small way of making our voice heard. Any more suggestions?●

1. ASA/CAP committee, 15-17 Ridgmount St London WC1, (01-580 0801). They're now revising the code (available free from them) of advertising practice and as advertisers do refer to it, it might be worth getting in something about sexism. They welcome submissions.

2. Affirm, c/o Women's Arts Alliance, 10 Cambridge Terrace Mews, London NW1. They sell badges — "How dare you presume I'm a stereotype", fluorescent pink and green—at 15p plus SAE and stickers— "This degrades women" and "Offensive to women"—at 1p each (remember to send postage).

3. Worth looking at:
i) Photography Workshop has a slide bank of photos of women at work plus material on "the construction of womanhood" (advertising images, comics etc). Available from 152 Upper St, London N1.

ii) Decoding Advertisements by Judith Williamson; Marion Boyars £3.95;

iii) Ways of Seeing by John Berger; Pelican £1.25.

iv) Photography by Greenhill, Murray and Spence shows how to photography differently; Macdonald Guidelines £1.

6. Article *Spare Rib*. 1980. N° 82. *Wh't's behind the Labels ?*

What's behind the labels?

In this past year there has been much debate about different 'tendencies' in the women's liberation movement — in particular, trying to define the differences between 'radical feminism' and 'socialist feminism'. The 1978 national conference in Birmingham brought areas of disagreement painfully into the open.

What we've disagreed about hasn't always been the same, as ideas have developed in the 12 years of the movement. Many socialist feminists were originally against having women-only socials, marches, even meetings; there was a heated dispute as late as 1977 over whether the London International Women's Day march should be mixed, for example. But by now most socialist feminists argue for women's events and the autonomy of the women's liberation movement as strongly as do radical feminists. Many radical feminists in the early 70s saw their political priority as leaving men and setting up living alternatives, like communal squats — much to the anger of socialist feminists. But now most radical feminists also feel that making a radical lifestyle for yourself is not enough, that there have to be larger political actions to reach other women.

To add to this confusion, there aren't two neatly defined groups anyway. Revolutionary feminism has emerged in the last two years, restating forcibly some of the traditional radical feminist positions — although there are differences in ways of talking and acting, and unlike many radical feminists, revolutionary feminists see men as unchangeably hostile to women. There is also much argument between those socialist feminists who are in left groups and those who are critical — to varying degrees — of parties, and want to base their political activity in the women's liberation movement.

So radical feminists have come to stress the 'radical' (meaning getting to the root of our oppression); and most socialist feminists stress their commitment to feminism. Both want fundamental change, an egalitarian society without bosses or profits, and an end to our specific oppression as women, which we can only bring about ourselves.

The differences are, perhaps, much a matter of emphasis, of method. Radical feminism is a deep suspicion of all things male, of the conventions of a male-dominated society — of macho marches and tightly ordered meetings, of old mixed organisations and ideas, of coalitions and compromises. Whereas socialist feminists believe we can't do it all alone, but should use the support we've got and theories that might be useful, even if they were devised by men.

Paula Jennings, a radical feminist from St. Andrews, and *Anne Torode*, a socialist feminist from North Shields, talk about what the labels mean to them.

Please send us your views on the different 'tendencies' in the women's liberation movement, but keep your letters short so that we can print a large variety of opinions.

42 Spare Rib

Radical feminism

I first became aware of being an 'object' when I was ten. I don't remember the process, just that I became painfully self-conscious and refused to go to school because I felt watched, judged. I see this now as my initiation into womanhood in a male world. Six years later my schoolgirl friends and I one day talked about the ways in which we all felt inadequate and hung-up. The relief! I vividly remember the feeling of solidarity, of a burden being lifted. We all felt the same! — My first consciousness-raising group. I see those events as leading up to my becoming involved in the women's liberation movement (WLM), some years later. I wasn't deep down concerned about equal pay, abortion or day nurseries — I was simply concerned with why I felt inadequate and constantly on display. The answer always came back to men. They had invented the standards which we all failed to live up to.

At this stage and for several years I saw feminism in terms of conditioning and sex roles. I thought that if women and men would just combine the best aspects of femininity and masculinity in

Socialist feminism

When I was asked to write this article, about how I saw socialist feminism, for a discussion on tendencies in the women's liberation movement (WLM), I must admit to feeling a bit wary. One reason why our movement is so vital is because we are talking and thinking about our own lives, and our feminist understanding is developing as we struggle — often painfully — with our personal circumstances. The theory and practice that is emerging from this struggle is for real — we have never postured nor adopted 'positions' on finer points of theory to bolster our revolutionary self-image. Our movement will continue to grow only if we remain flexible to women's experience. I think it would be really bad if the labels we give ourselves stop us from identifying as sisters, sharing, and struggling against a common female oppression. (The labels, of course, do not refer to class differences within the WLM. As a movement we must be very clear about how class affects women's experience of their oppression as women.)

I am aware that many sisters identify socialist feminism with traditional left politics, seeing it as a liberal

themselves then everything would be alright. So I began to question my 'feminine' responses and to argue with men about their attitudes. This type of feminism is, I think, a real killer for women who stay stuck in it. It says nothing about real life oppression and comes down to women taking the blame ie. it's up to us to stop being so masochistic. Germaine Greer¹ seemed to be pushing this line at the time, which is probably why her book graces so many male bookshelves. I think there's some sense in this refusing-to-be-a-victim-thing from the point of view of building our pride and because it inevitably induces men to show their hatred of women in less subtle ways. But if we women see changing ourselves, becoming less victim-like, as a solution by itself, we'll end up with a lot of self-hatred. Men's power is not in our heads, it's out there — real. The changes we can make in ourselves are to do with learning to love ourselves and seeing the reality of the hatred we live under. This is not the same as becoming superwoman in a competition to see who can survive best under male rule. (With the losers adding an extra burden of guilt and inadequacy to the message we're already getting from men.)

Believing, as I did in those days, that it was all a matter of conditioning I thought that once men had seen the light they would naturally apologise for



being oppressive and change. However within my first few months of talking to men about feminism, having been spat at in the street, laughed at during lectures and flung off the stage while objecting to a beauty contest, I began to suspect that we were not on the same side.

Around that time I read Virginia Woolf's *A Room of One's Own*² Good old Virginia! She didn't tell me I was a eunuch who deserved all I got — she showed that we women are prevented in real, everyday ways from achieving things that we want. Even after I understood this I still was concerned with being 'as good as men'. I saw things like reproduction and childcare as burdens by their very nature and looked down

on traditionally female pursuits. That seemed to be quite a trend in the early days of the WLM. In the past five or so years there's been a change in my head, and seemingly among feminists generally, in coming to see women's functions as fine and good and wanting to reclaim them — to find out how they would be in a woman-loving environment. (Contrast Shulamith Firestone's³ view of pregnancy as barbaric with Adrienne Rich's⁴ analysis six years later of how motherhood has been corrupted and distorted by male rule.)

Not blaming women for our oppression but being definite that it's men who are doing the damage is basic to radical feminism. Women face real retaliation if we step out of line — emotionally, financially, and sometimes our very lives are at risk. It's clear that we live in a culture which is not just male-dominated (men having a better deal), but is actually male in structure. For instance language not only excludes women by constant use of "he" to refer to people female or male, it is, as French feminist Luce Irigaray⁴ puts it "constructed and maintained by men only". In the face of this she raises the question of "the specificity of a feminine language: of a language which would be adequate for the body, sex and the imagination of woman". She maintains that language is not universal, or neutral with regard to the differences between ►

tendency, a watering down of feminist consciousness, an attempt by the left to define the terms of our struggle, and that the typical socialist feminist is assumed to be 'into men' or at the least 'putting her energies into men'. For me, socialist feminism is a redefinition of socialist aspirations; I see it as a synthesis incorporating the feminist perspective into a socialist analysis. Socialist feminism is about using the marxist method of analysis to look at the how and why of female oppression, and to see how our oppression relates to class oppression. And from this, how the struggles of women relate to the struggles of the working class and to those of all the oppressed. I do not think of socialist feminism as a liberal accommodation to male power — 'socialist' is not another word for liberal. The 'socialist' bit does not qualify or limit feminism in any way, rather feminism informs and enriches socialism. It is certainly not another way of saying that men are oppressed too! Men are not oppressed as a sex. The working class is oppressed, yes. But 'working class' and 'men' are not interchangeable concepts. Men may be oppressed because they are gay, black and/or working class, but women experience these forms of oppression as well. Men have power over women and though the male sex role (again, not a term interchangeable with 'worker') may distort and cramp a man's potential,



I would not call this oppression, but merely the price they have to pay for male power.

When I first got involved with feminism in 1968, my husband and other left men used to ask how a white middle class woman who didn't even have to work (I had two small children at the time!) could say she was oppressed — what about the Vietnamese/blacks/coalminers? But I read feminist publications, in particular the journals of the Boston women's group, and what they were saying related directly to my own experience. They were asking my own questions — why did I feel so lousy considering I was really 'happy', why was my housework overlooked, why were people who produced people so undervalued compared to people who

produced things, why was sex seen in terms of men's needs, why did I have so little control over the birth of my baby??? These were non-questions to the left. The men I knew got so indignant at my new-found feminism that I sometimes felt that they were themselves Vietnamese, blacks or coalminers. All the weight of socialist authority was behind their anger. These white middle class men were presuming to define what was socialist and what was not!

But I had spent years on the left too and I was heartily sick of its dogmatic approach to revolutionary practice. The left's 'class analysis' identified the working class as those men working at the point of production and the class struggle as their struggle for higher wages. Until the Vietnamese war brought masses of people onto the streets in support of a foreign revolution, this limited view of class struggle was taken to be the be-all and end-all of the revolutionary process.

Much of the feminist stuff I read was critical of the traditional left to the extent of rejecting marxism, but I felt why leave the definition of socialism to these left men. Marxism belonged to the oppressed — to women, the working class, the black movement. We could use it to help us understand the causes of our oppression and the nature of the system we were up against. In this way, marxism would again become a living ►

RADICAL FEMINISM

the sexes. I think it's ideas like these which make radical feminism seem like a lunatic fringe. It's one thing to say that men run the show in obvious ways (occupying power positions etc) and quite another to suggest that male sexuality and thought patterns have actually created the kind of language we use, buildings we live in, dangerous forms of energy like nuclear power.

These ideas are frightening and unacceptable because they indicate just how little this culture has to do with women. We're not just domestic slaves and cheap labour but are actually outsiders whose culture has been systematically destroyed. The burning of millions of women as witches was part of this drive to wipe out women's knowledge and culture. I think it's a very big step from seeing the ways in which men keep women down to identifying this as male fear and hatred of women. This is where radical feminism parts company with other sections of feminism (eg. socialist feminism which explains women's oppression in terms of capitalism). I'm not going to set about 'proving' that men hate women. The degrading and ridiculing of women is built into everything around us from the mother-in-law joke to the tons of sadistic pornography

SOCIALIST FEMINISM

theory, a revolutionary guide to action. I began thinking about oppression. The black power movement said that blacks were colonised by whites in that they had internalised white racism . . . And weren't we colonised by men insofar as we internalised their view of us existing to serve their needs? Oppressed people are reduced to object status because we are useful to our oppressors. This was clear in the case of blacks and the working class, but what about women? It is true that we service men in the home, but *why* do we service men in the home — why were we oppressed in the first place? As a marxist this seemed to me a key question. I didn't think it was enough to describe how we felt oppressed or even to identify how our oppression as women served the interests of the capitalist class. Female oppression and class oppression predate the development of the capitalist system. We had been living in a patriarchal class-divided society for thousands of years before the advent of capitalist class rule. If we restricted our analysis to the position of women today we could miss the basic horror of our situation and end up talking about sex roles instead of oppression. The idea that men and women were both unable to express their potential because of their sex roles always worried me — it was a way of glossing over the problem. It was our job to go beyond the appearance of things, to their essence, as Marx did in his analysis of the workings of capital. But although he devoted books to explaining how capitalists exploited the working class by paying them less in wages for the use

of their labour power than they produced in value-profit for their employers, marxism as a method is more than a description of capitalism. It is a historical method which goes right back to uncover the cause of class oppression. This was, and is, often overlooked by marxists and non-marxists alike and there was, and is, a tendency to reduce Marx's concept of class oppression to a question of the economic exploitation of workers in capitalism.

I felt that the feminist understanding of oppression tied in with Marx's conception and that this would enrich the limited perspective of the left. Socialist feminists could challenge the notion that the system we were fighting was the capitalist production process, by talking about class society. It was only by going back into our history that we could uncover the root cause of our oppression and see how female oppression inter-related with class oppression over time. So why were we oppressed? The most illuminating book I read at this time was Briffault's *The Mothers*. According to him, what men needed from women was paternity rights in women's children. In earliest times women and their children lived in matriarchal clans with their maternal uncles and brothers. They didn't live in family units headed by a husband/father. They were autonomous and their bodies were their own. They came under male authority only when men began to accumulate property. The creation of the father family gave men control over women's capacity to reproduce and thus 'legitimate' heirs to their wealth. It was from this family system, which allowed for the private accumu-

sexual relationship? I couldn't ignore any longer that whether or how men choose to exercise their power over women, the fact is that they have it, are heirs to it, that male supremacist culture and language make them at home in the world in a way that women could never be. I gradually began to be more and more with women. It's where I belong.

The question of whether you can be a radical feminist and still relate to men has caused traumas in the WLM for years. I don't think there's a slick answer. I found it to be a conflict I couldn't live with and I wish that women I love weren't involved with men (I wished that even when I was with a man!). But I don't see any point in saying "You shouldn't . . ." because making changes when your heart's not in it is a mere waste of time. I'm not



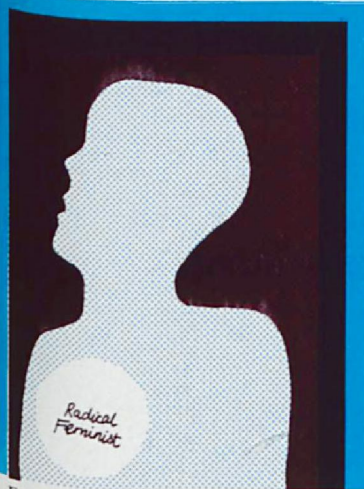
lation of property over generations, that class society itself developed. When men alienated our reproductive power, they gained control of our lives, our bodies and sexuality, our children and our productivity. I remember fantasising about life in a matriarchal clan imagining a system where mothers had high status and didn't have to keep the peace with men for the sake of the children, a system where our sexuality did not belong to men . . .

It was clear then that class oppression rests on our oppression and that the family, long ignored by the left as being peripheral to the class structure, is in fact the basic institution of the whole system.

However, whereas I think that female oppression underpins class society, I wouldn't agree with those feminists who explain the functioning of the system in terms of male power alone — nor do I think you can talk about dual systems of oppression with economic class exploitation running parallel to sex class exploitation. I know that some revolutionary feminists would say that we are oppressed as a class, but I find this notion confusing and unnecessary. I prefer the term female oppression because it seems more powerful to me than the idea of sex class.

into withdrawing my love and support from women who are with men because I was there too. On the other hand I won't pretend that I don't feel a loss and a division between us because of the men and that sometimes it makes me sad or angry.

Because I believe that all women are oppressed by men I see all women as my sisters even if they are hostile to feminism. Even Maggie Thatcher. This is usually greeted by hoots of derision from nearly all branches of feminism. I don't see why it's so hard to take. You get strike breakers in factories but that doesn't alter the fact that working people are oppressed as a class. Women choose different survival tactics under male rule. Some try to be ultra-feminine ornaments, some try to be more male than men. This doesn't alter



Female and class oppression are integrally and historically related — the one developed out of the other for very real material reasons, not because, as I have heard argued on occasion, men developed a taste for power after they had taken control of our lives. Because our oppression is so fundamental to the system, there might seem to be a case for suggesting that women alone can overthrow existing social relations, that all we need is a feminist revolution. To me that is just not on.

But I think that people who counterpose socialism and feminism, and then say all we need is a socialist revolution, are wide off the mark too. I don't see how socialism and feminism can be counterposed, because I don't think you can have a socialism which doesn't include the feminist perspective (though naturally, I can see why some feminists reject socialism, given the history of left attitudes to the WLM). The socialist struggle is the struggle of all oppressed people to take back control of their lives from patriarchal class society. Feminism is the specific interest of women within that struggle — an interest that ought to inform at a very basic level the way all oppressed people organise and the kind of demands they put forward. Ought to

the fact that women are a 'class' oppressed by men and are therefore my sisters. As Carol Lee⁵ says, "To say some wimmin are not 'worthy' of being sisters is to accept the same value system as our oppressors". This concept of sisterhood is basic to radical feminism in a way that seems to be missing from other kinds of feminism. Some socialist feminists exclude middle and upper class women from sisterhood; some separatists exclude heterosexual women. I think it's in the rape and porn issues that the fact of women oppressed as women is unavoidable. Men of all races and classes rape and degrade women of all races and classes. A woman may be a prime minister or a carpenter, anything that threatens men, but after a glance at their porn comics men are reassured that after all she's just a cunt, a receptacle for their rape fantasies. I've heard socialist feminists insist that rape is a class issue but it's never been explained exactly how. It looks like an attempt to squash into male theories the very issue that undermines them.

The most subversive thing about radical feminism is that we're learning to love ourselves and each other in the face of a woman-hating world. We're putting ourselves first, discovering our

own wisdom and culture and recognising that our oppression is the root and model of others instead of allowing it to be tacked on to the end of male theories. It's time we started tackling the phony split between feminists and 'women out there'. It seems to have partly happened because we present ourselves as accomplished identities rather than explaining how we came to be where we are. I've tried in writing this to show how I've arrived at some of the ideas and feelings that I call radical feminism. I know it's still riddled with jargon and of course my ideas aren't going to be identical with other radical feminists. Mainly, sisters, I think that we're all rather strong and beautiful and amazing, (all of us, not just the raddies!) ●

Typed by Liz Morgan.
Ideas from hundreds of other women.

1. Germaine Greer, *The Female Eunuch*.
2. Virginia Woolf, *A Room of One's Own*.
3. Shulamith Firestone, *The Dialectic of Sex*.
4. Adrienne Rich, *Of Woman Born*.
5. Luce Irigaray, *Speculum. Interview with Luce Irigaray in Ideology & Consciousness No 1/1977*
6. Carol Lee, *Radical Feminism, Revolutionary Feminism and the Left (a paper)*.

... but in practice women have to fight on two fronts — whatever else we're involved in, we also have to battle for our specific interest to be recognised. We'd all agree that the working class can't free women, hence the autonomous women's movement — but the class needs the power of women to free itself. We can't free the class for we couldn't possibly dismantle the class structure on our own, but we do need the power of the class behind our fight for liberation. Class power is the lynchpin of the revolutionary process, but not its sole element.

To be successful these struggles have to be interdependent. The depth of understanding that would be generated in the course of such a total challenge to the system would mean that we'd bring about a real socialist society where children would no longer be seen either as the property of their family or as potential labour power for the bosses; where women would control their reproductive power (ie capacity to reproduce), their bodies and their sexuality Meanwhile back to grim reality. We have responsibility for children but little control over the conditions in which we bring them up or in which they will have to live Campaigns which challenge male and/or state control of our bodies and of our maternal role are central to our struggle.

It may seem strange that anyone could possibly think that control over the conditions in which women live as mothers was a central issue for feminism. Because patriarchal class society defines and contains us as mothers and puts us down for our reproductive function, it's

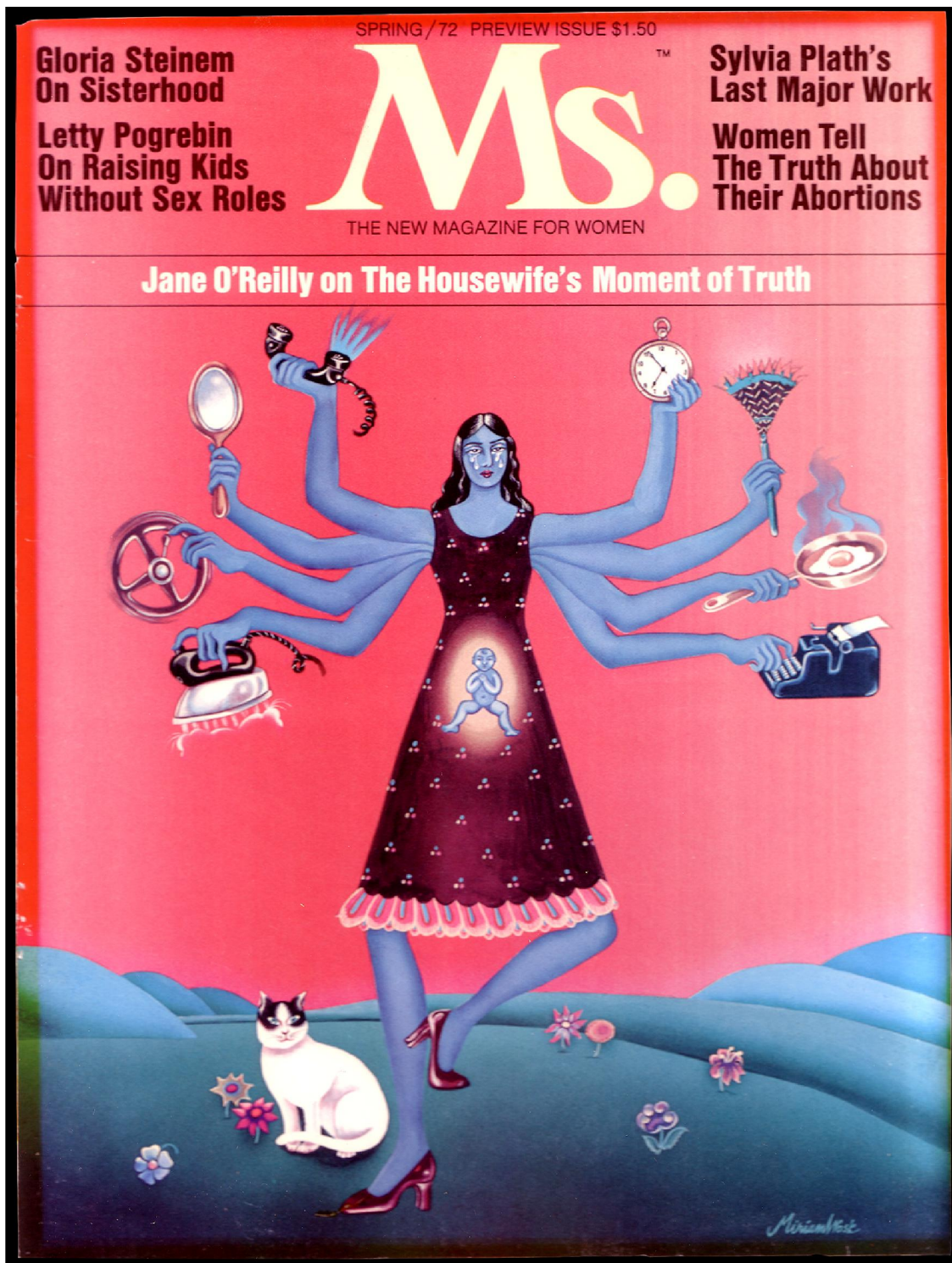
easy to react by saying we should define ourselves as anything but mothers. I reckon we should say that as a sex we do have the capacity to reproduce, that it belongs to us, not patriarchy, and we intend to fight over control, whether we as individuals have children or not.

Even thinking about mothers losing their children to men or to the state makes my blood boil. I spent two years fighting over the custody of my boys and now I only have them for the weekends. I live alone and I sometimes wonder if I'd still be 'happily' married if it wasn't for feminism. What I do know is that I'd be lost without my sisters and the struggle. Which brings me back to the beginning. If we want to feel the power of women coming out for themselves, then our movement must be a 'home' for women. For our own survival we need a real alternative to all the shit we're offered now. Sisterhood is more than a revolutionary consciousness, it is our collective strength against the system, our lifeline and that's why factionalism must never be allowed to tear us apart. ●

Useful reading

Robert Briffault, *The Mothers*.
Evelyn Reed, *Problems of Women's Liberation*.
Adrienne Rich, *Of Woman Born*.
Scarlet Woman 6/7 for more about the alienation of reproductive power (available from 5 Washington Terrace, North Shields, Tyne and Wear).
North Shields Women's Work, CDP report (available from the Home Office, Horseferry House (Room 137), Dean Ryle St, London SW1).

7. Première couverture de *Ms.* 1972.



8. Lettre de l'éditrice lors du premier numéro de *Ms.* 1971.

« In the almost-four years of *New York Magazine's* existence as an independent publication, we have witnessed a great upheaval in the publishing world. Magazines that were alive and strong at the time of our birth have since folded, victims to changing tastes, mailing costs, and the thousand other ills that print is heir to. Against all such trends, we have survived and continue to grow, as will other magazines that are designed to serve today's readers.

Partly out of the notion that success breeds success, and partly for reasons I'll come to later on, we are now giving our support to another new magazine. The central 40 pages of this issue of *New York*—a double issue, covering the two-week period 'from now to the first of the year—consist of a preview issue of *Ms.*, a national magazine edited totally by women, among them Gloria Steinem of our own staff. It is devoted to women—not as role players, but as full human beings.

Why *Ms.* (which, by the way, is pronounced *miz* or *miss*, depending on the pronouncer)? Certainly the publishing world offers a staggering array of magazines aimed at a women's readership, doing well for the most part. Invariably, however, these magazines see women in their traditional stereotypes as homemakers or clothes horses or mothers or hostesses. These days—as I don't have to tell you if you've been following our own editorial content over the past few years—that is hardly the entire story. Gloria Steinem, a contributor to *New York* since our earliest days, is a spokeswoman and leader of the Women's Movement, and it is inevitable that the combination of her deep personal convictions, her alliance with other women across the country, and her skill as a writer and editor should result in a magazine.

We at *New York* owe Gloria a great deal. She helped enormously in getting our magazine started, and our staff members who have been with us since those uncertain days in early 1968 remember the forms her help took—from rewriting our direct mail pieces to promoting the magazine fiercely and turning out first-rate articles and columns under great pressure. Therefore, we must—out of love and gratitude, if for no other reasons (and there *are* others)—do what we can to help Gloria and her writing sisters get started on their own. Beyond that, we believe in the Women's Movement.

Until now, the Women's Movement has lacked an effective national publication to give voice to its ideas. We have placed our own knowledge and experience at Gloria's disposal to help shape such a magazine. *Ms.*, like *New York*, will concern itself with one of the most significant movements of our time.

Let me emphasize, however, that beyond playing godparent to *Ms.* for its first issue, we will have no further financial participation in the magazine. We want *Ms.* to be self-supporting and independent. With Elizabeth F. Harris in the role of publisher, *Ms.* is to be a magazine shaped by women. If we were to play the role of power-behind-the-scenes, that would only be a repetition of the traditional and already outmoded relationship between men and women.

The business arrangement is this: *New York* is paying production costs of the first issue, the *Ms.* staff is writing and editing it, and we are dividing the proceeds 50-50.

The Women's Movement will have impact on our lives. Such a force obviously needs its own voice. After having worked with Gloria for years, I know that she *is* the right woman at the right time. She will, of course, remain as a Contributing Editor of *New York*, continuing to write for our pages when she wants to comment on the local political scene.

Ms. will go on sale on January 25, in its first "solo" issue, after **this** *New York* Magazine "preview." The first solo issue will include more than twice as much material as is contained in our 40-page section. (Incidentally, two articles from our own portion of this double issue are also part of the editorial content of *Ms.*: the Urban Strategist pieces on "Desexing the English Language" and "Down With Sexist Upbringing.")

There are more women than Gloria Steinem and Betty Harris involved. Some are on *New York's* staff and worked to produce *Ms.* or to write for its first issue. Others have been working in the separate small office of *Ms.* and its female-controlled parent, Majority Enterprises. Naturally, all of us here in *New York's* cramped East 32nd Street offices have been involved in one way or another, and it has been an exciting return for us to those days when our own Volume 1, Number 1 was taking shape. But special recognition should go to Bina Bernard, Joanne Edgar, Nina Finkelstein, Deborah Harkins, Betty Harris, Janet Lynch, Nancy Newhouse, Mary Peacock, Letty Pogrebin, Gloria Steinem, Joey Townsend, and Rochelle Udell.

For all of them, let me wish *Ms.* longevity and strength. »

—Clay Felker

9. Article de Jane O'Reilly dans *Ms. The Housewife's Moment of Truth*. 1971.

« Last June, 40 people were lying on a floor in Aspen, Colorado, floating free and uneasy on the indoor/outdoor carpet, eyes closed, being led through the first phase of a “Workshop in Approaching Unisexuality.” It would turn out later that the aim of the exercise was not to solve the problem of who does what and to whom, but to reveal to the participants that adjectives such as warm, violent, soft, timid, peaceful, and aggressive are not necessarily definitions for male or female.

We closed our eyes and cleared our minds. Slowly we perceived a lake in the distance, and as we walked toward it, the surface became smooth as a mirror into which we could look and see our reflection. There was no reflection. Infinitely slowly, we began to evolve into the animal that most expressed our own ideas of ourselves—of our sensual selves. Minutes passed and we became aware of the other animals around us. At last we opened our eyes and those animals that felt like it did whatever seemed natural. Most of the women twittered or purred. Most of the men growled, or attempted to wag tails. I was a cat, black, with a lovely long tail, sitting under a red geranium in a sunny window. We formed groups in our part of the conference-room forest, and told each other what we had become.

“I was a snake,” said a beautiful young woman, a professional designer. “As I was moving through the grass, enjoying my slithering, curving progress, I realized I had no fangs. No bite. I couldn’t even hiss. My only protection was that I could change color in reaction to the people that passed by. I started to go through my garden and I saw that there were panthers draped over all the lawn furniture. I went into my house, and there were panthers everywhere, filling every chair, curled up in groups in all the rooms. They were eating, rather elegantly, and no one paid any attention to me, even when I asked if they wanted anything more to eat. I was interested, but I was different, and finally I withdrew.”

The women in the group looked at her, looked at each other, and ... click! A moment of truth. The shock of recognition. Instant sisterhood. “You became a *housewife*,” we said, excited, together, turning to the men to see if they understood. “She is describing a housewife. Do you know that?”

“Hmm, yes, well, uh ...” they said, sensitized for the morning, but eager to recount their own stories of becoming spotted leopards in green forests, of turning to griffins with human heads who know and see all. The next time, or perhaps the time after that, they will recognize the click! of recognition, that parenthesis of truth around a little thing that completes the puzzle of

reality in women's minds—the moment that brings a gleam to our eyes and means the revolution has begun.

“The women in the group looked at each other, and click! The shock of recognition... One little click turns on a thousand others”

Those clicks are coming faster and faster. They were nearly audible last summer, which was a very angry summer for American women. Not redneck-angry from screaming because we are so frustrated and unfulfilled-angry, but clicking-things-into-place-angry, because we have suddenly and shockingly perceived the basic disorder in what has been believed to be the natural order of things.

One little click turns on a thousand others. I had been sitting in that Aspen room, feeling a very liberated cat—alone on my window sill, self-sufficient and self-enclosed, able to purr or scratch as I chose. I was fooling myself. If my free-association had had any connection with my actual life, I would have evolved as a pig. But I followed the pattern of my socialization: cued by the word *sensual*, I became a nice, domestic cat, sitting under a healthy well-watered geranium, watching the sunlight fall through a clean window, over a dust-free window sill, across a polished floor. The room was cozy, with a tea tray by the fire. In another five minutes of meditating evolution, I would have jumped off the window sill and started curling around the leg of a dog.

In fact, parables are unnecessary for recognizing the blatant absurdity of everyday life. Reality is lesson enough. In Houston, Texas, a friend of mine stood and watched her husband step over a pile of toys on the stairs, put there to be carried up. “Why can't you get this stuff put away?” he mumbled. Click! “You have two hands,” she said, turning away.

Last summer I got a letter, from a man who wrote: “I do not agree with your last article, and I am canceling my wife's subscription.” The next day I got a letter from his wife saying, “I am not cancelling *my* subscription.” Click!

On Fire Island my weekend hostess and I had just finished cooking breakfast, lunch, and washing dishes for both. A male guest came wandering into the kitchen just as the last dish was being put away and said, “How about something to eat?” He sat down, expectantly, and started to read the paper. Click! “You work all week,” said the hostess, “and *I* work all week, and if you want something to eat, you can get it, and wash up after it yourself.”

In New York last fall, my neighbors—named Jones—had a couple named Smith over for dinner. Mr. Smith kept telling his wife to get up and help Mrs. Jones. Click! Click! Two women radicalized at once.

A woman I know in St. Louis, who had begun to enjoy a little success writing a grain company's newsletter, came home to tell her husband about lunch in the executive dining room. She had planned a funny little anecdote about the deeply humorous pomposity of executives, when she noticed her husband rocking with laughter. "Ho ho, my little wife in an executive dining room." Click!

"I do not agree with your last article, and I am cancelling my wife's subscription"

Last August, I was on a boat leaving an island in Maine. Two families were with me, and the mothers were discussing the troubles of cleaning up after a rental summer. "Bob cleaned up the bathroom for me, didn't you honey?" she confided, gratefully patting her husband's knee. "Well, what the hell, it's vacation," he said, fondly. The two women looked at each other, and the queerest change came over their faces. "I got up at six this morning to make the sandwiches for the trip home from this 'vacation,'" the first one said. "So I wonder why I've thanked him at least six times for cleaning the bathroom?" Click! Click!

Attitudes are expressed in semantic equations that simply turn out to be two languages; one for men and another for women. One morning a friend of mine told her husband she would like to hire a baby sitter so she could get back to her painting. "Maybe when you start to make money from your pictures, then we could think about it," said her husband. My friend didn't stop to argue the inherent fallacy in his point—how could she make money if no one was willing to free her for work? She suggested that, instead of hiring someone, he could help with the housework a little more. "Well, I don't know, honey," he said, "I guess sharing the housework is all right if the wife is really contributing something, brings in a salary..." For a terrible minute my friend thought she would kill her husband, right there at breakfast, in front of the children. For ten years, she had been covering furniture, hanging wallpaper, making curtains and refinishing floors so that they could afford the mortgage on their apartment. She had planned the money-saving menus so they could afford the little dinners for prospective clients. She had crossed town to save money on clothes so the family could have a new hi-fi. All the little advances in station—the vacations, the theater tickets, the new car—had been made possible by her crafty, endless, worried manipulation of the household expenses. "I was under the impression," she said, "that I *was* contributing something. Evidently my life's blood is simply a non-deductible expense."

In suburban Chicago, the party consisted of three couples. The women were a writer, a doctor and a teacher. The men were all lawyers. As the last couple arrived, the host said, jovially, "With a roomful of lawyers, we ought to have a good evening." Silence. Click! "What are we?" asked the teacher. "Invisible?"

In an office, a political columnist, male, was waiting to see the editor-in-chief. Leaning against a doorway, the columnist turned to the first woman he saw and said, “Listen, call Barry Brown and tell him I’ll be late.” Click! It wasn’t because she happened to be an editor herself that she refused to make the call.

In the end, we are all housewives, the natural people to turn to when there is something unpleasant, inconvenient or inconclusive to be done. It will not do for women who have jobs to pretend that society’s ills will be cured if all women are gainfully employed. In Russia, 70 per cent of the doctors and 20 per cent of the construction workers are women, but women still do *all* the housework. Some revolution. As the Russian women’s saying goes, it simply freed us to do twice the work.

It will not do for women who are mostly housewives to say that Women’s Liberation is fine for women who work, but has no relevance for them. Equal pay for equal work is only part of the argument—usually described as “the part I’ll go along with.”

We are all housewives. We would prefer to be persons. That is the part they *don’t* go along with.

“That broad ...” begins a male guest who Hasn’t Thought.

“Woman,” corrects the hostess, smiling meaningfully over her coffeepot.

“Oh, no,” groans the guest. “Don’t tell me you believe in this Women’s Lib stuff!”

“Yes,” says the hostess.

“Well, I’ll go along with some of it, equal pay for equal work, that seems fair enough,” he concedes. Uneasy now, he waits for the male hoots of laughter, for the flutter of wives rushing to sit by their husbands at the merest breath of the subject of Women’s Liberation. But that was three or four years ago. Too many moments have clicked in the minds of too many women since then. This year the women in the room have not moved to their husbands’ sides; they have ... solidified. A gelid quality settles over the room. The guest struggles on.

“You can’t tell me Women’s Lib means I have to wash the dishes, does it?”

“Yes.”

They tell us we are being petty. The future improvement of civilization could not depend on who washes the dishes. Could it? Yes. The liberated society—with men, women and children living as whole human beings, not halves divided by sex roles—depends on the steadfast search for new solutions to just such apparently trivial problems, on new answers to tired old questions. Such questions as:

Denise works as a waitress from 6 a.m. to 3 p.m. Her husband is a cabdriver, who moonlights on weekends as a doorman. They have four children. When her husband comes home at night, he asks: “*What’s for dinner?*”

Jonathan and Joanne are both doctors. They have identical office hours. They come home in the evening to a dinner cooked by the housekeeper. When they go to bed, he drops his clothes on the floor and she picks them up. In the morning he asks: “*Where is my pink and orange striped shirt?*”

“We are all housewives, the people to turn to when there is something unpleasant to be done” In moments of suburban strife; Fred often asks his wife, “Why haven’t you mended my shirt and lubricated the car? *What else have you got to do but sit around the house all day?*”

How dare he ask such a question? What sort of bizarre social arrangement is post-industrial-revolution marriage? What kind of relationship involves two people sharing their lives without knowing, or apparently caring, what the other does all day?

According to insurance companies, it would cost Fred \$8,000 to \$9,000 a year to replace Alice’s services if she died. Alice, being an average ideal suburban housewife, works 99.6 hours a week—always feeling there is too much to be done and always guilty because it is never quite finished. Besides, her work doesn’t seem important. After all, Fred is paid for doing whatever it is he does. Abstract statistics make no impact on Alice. “My situation is different,” she says. Of course it is. All situations are different. But sooner or later she will experience—in a blinding click—a moment of truth. She will remember that she once had other interests, vague hopes, great plans. She will decide that the work in the house is less important than reordering that work so she can consider her own life.

The problem is, what does she do then?

The first thing we all do is argue. We present our case: It is unfair that we should bear the whole responsibility for the constant schema of household management; that this burden should be implanted, inescapable, like Mrs. Ramsay’s boeuf bourguignon, in our minds.

Soon, we find out that argument serves no practical motivational purpose. We may get agreement, but we will never get cooperation or permission. Rebuttals may begin at the lowest level: “It is a woman’s job to wash dishes.” Men at a higher stage of enlightenment may argue, “Why do we need a washing machine? I wash my socks and we send everything out.” They simply cannot understand that we are the ones who must gather and list and plan even for the laundry we send out. It is, quite simply, *on our minds*. And *not* on theirs. Evenings of explanation and understanding will still end with, “Honey, do I have any clean

shorts for tomorrow?” Most women will decide that it is not worth making an issue out of shorts.

In fact, underwear is as good a place to begin as anywhere. Last summer I carried the underwear downstairs, put it in the hamper, sorted it, washed and dried it, folded it, carried it upstairs, and put it away. One day, I decided that as an act of extreme courage I would not carry the laundry upstairs. I put it on the couch in the room with the television set. The family moved it to one side of the couch so they could sit down. I left it there. I put more on the couch. They piled it up. They began to dress off the couch. I began to avoid the television room. At last, guilty and angry, my nerve failed and I carried the laundry upstairs. No one noticed. Out of that experience, I formulated a few rules, which I intend to follow as soon as I finish the painful process of thinking about the assumptions that make them necessary.

(1) *Decide what housework needs to be done. Then cut the list in half.* It is no longer necessary to prove ourselves by being in motion all day and all night. Beds must be made and food cooked, but it is unfair to demand that the family share the work if your standards include cooking like Julia Child and bouncing dimes on the bedspread. Beware of useless and self-defeating standards. It is preposterous and not unusual for a woman to feel her house must look as though no one lived there. Who’s looking? Who cares?

(2) *Decide what you will and will not do.* Keep firmly in mind the notion of personal maintenance as an individual responsibility. If children cannot put away their clothes and therefore cannot find them and have to go to school looking like ragpickers—well, presumably they will learn from experience. Their appearance does not make *you* a bad person. (If you can acknowledge and act on that fact, you are becoming liberated.) If you spend four or five hours a day driving your children places, ask yourself why. Are they cripples? Are there no safe streets they can walk along? Why? Seizing responsibility from children has been women’s way to compensate for their own lack of responsibility for themselves, and it has resulted in two generations of non-adults.

(3) *Make a plan and present it as final.* There will, of course, be democratic argument, but it is only fair to state your purpose. Not that anyone will pay attention. They will laugh nervously and expect life to go on as usual. Do not be distracted by sophisticated arguments, such as, “Well, let’s take the relative value of our days.” Yes. Let’s. When your husband sits down at his desk after dinner, to use his brain, do you murmur, “Poor darling,” as you wash up, tidy the living room, start the wash and check the bathroom for clean towels? Why? A game of role reversal can be most enlightening. A wife who figures out that his important

business meeting is no different from her P.T.A. committee meeting may opt for equal hours—and quit her own work at five o'clock.

Another diversionary remark is: “But honey, this isn't a business agreement. This is a home. It is a question of helping each other reach fulfillment.” In my home, when I am working against a deadline, I sit in front of a typewriter and shout, “More tea!” The whole family hustles in with more tea. I call out, “Go to bed,” “Get some lamb chops.” It is an emergency situation and they all spring to, helping me fulfill myself. But *I* am still in charge of remembering to get the lamb chops. It is a problem that may not be solved in my lifetime.

““You can't tell me Women's Lib means I have to wash the dishes, does it?””

Almost equally difficult is deciding who does what. Men will always opt for things that get finished and stay that way—putting up screens, but not planning menus. Some find washing dishes a peaceful, meditative experience. It has to be worked out. The important thing is to get the argument away from philosophy and onto assigned chores.

(4) *Think revolutionary thoughts.* The nineteenth century ended 72 years ago, but we are still trying to arrange our households according to that “ideal” image of family life. Think of something new. I know a man and woman who decided to stop eating dinner. She had been rushing around putting children to bed, and then laying on a candlelit dinner with three kinds of food on the plate for her husband. They liked chatting at dinner. He helped clean up. They never finished before ten. But one night they discovered that both were dreaming of long cozy evenings reading by the fire. So they have skipped the ritual feast—and replaced it with sandwiches. They get up earlier and have family talks at breakfast. Who knows what daring innovations may follow? He may demand an end to success based on overtime. Both may demand less homework so the children can assume some responsibilities.

This is, after all, part of the revolution we are talking about. The woman in Aspen who imagined herself a snake happened to be a nursing mother. One day a complaining note appeared on the conference bulletin board saying: “Why are there crying babies in the tent? Signed, Father of Five.” The conference was discussing designs for the future, and Father of Five learned that in the future, children, and their mothers, will no longer be quarantined. *Someone* does not have to take care of the children, *some two* will share them.

(5) *Never give in.* Empty one dishwasher, and it leads to a lifetime of emptying dishwashers. Remember that nothing will ever get done by anyone else if you do it. If you are the only person who worries about it, perhaps it isn't worth worrying about. If it is very important to you that you not live in a sty, then you must persuade everyone else that what is important to you counts.

It is very hard not to give in. One evening recently two men came to our house for the weekend. “When shall we eat?” they asked, beaming. “Whenever you want,” I said, bravely. “I’m not cooking, I’m working tonight.” They cooked, while I held myself in my chair by an incredible effort of will, the words blurring before my determined eyes. The next day, I expiated my guilt by going the whole route, including homemade bread. “Ah!” they said. “How wonderful! You are a real woman. And working, too.”

(6) *Do not feel guilty.* I have never met a woman who did not feel guilty. We can post signs in our hearts and on our walls saying: “It is not wrong to inconvenience my family—it is making us all responsible, ego-strong adults.” But when a man we are attached to goes out with a button off his coat, we—not he—feel feckless. The only near-cure is to have something more interesting to think about. Even if “something to do” means going back to easy courses in school—back to the point where we abdicated for marriage—it is a beginning, and we are older now and will learn rapidly, because at least we know we want things some other way.

(7) *Expect regression. And remember, the next step is human liberation.* The slightest mischance in my life makes me want to fling myself into the protection of someone else’s bank account. And yet I still speak of “our money” as clearly separated from “my money.” Occasionally, men become liberated and it is a dreadful shock. “I’m not going to work this year; I need to think,” announced a friend’s husband. She had spent seven years in his care and keeping and then, as she put it, “Finally I get my own business going and *he* wants to lie around all day.” Why not? Women who say, “I like my freedom—I have my day organized and I can do what I like with my time,” forget that men are entitled to some of that freedom. They are also prisoners of the rigid structure of their roles and jobs.

“Men do not want equality at home. A strong woman is a threat, an inconvenience, and she can be replaced”

I cannot imagine anything more difficult than incurring the kind of domestic trauma I describe. It requires the conscious loss of the role we have been taught, and its replacement by a true identity. And what if we succeed? What if we become liberated women who recognize that our guilt is reinforced by the marketplace, which would have us attach our identity to furniture polish and confine our deepest anxieties to color coordinating our toilet paper and our washing machines? What if we overcome our creeping sense of something unnatural when our husbands approach “our” stoves? What if we don’t allow ourselves to be treated as people with nothing better to do than wait for repairmen and gynecologists? What if we finally learn that we are not defined by our children and our husbands, but by ourselves? Then

we will be able to control our own lives, able to step out into the New Tomorrow. But the sad and solemn truth is that we may have to step out alone.

The more we try, and argue, and change, the more we will realize that the male ego will be the last thing in this world to change. And the *last* place it will change is at home.

Some women pride themselves on the intransigence of their men. I have always taken pride in the liberated attitudes of mine. And yet, last weekend, when I buckled my seat belt in the car, he growled: "You don't have to do that with *me* driving." My God! We were back to Start; he was threatened by my safety measure. How do we argue with feelings like that? With the constant demands to bolster and boost egos grown fat and fragile, with the blocks and jealousies and petty meannesses that drain off our energies? Too often the only way to find ourselves is to leave.

Men's resistance is more subtle than simply leaving the dishes unwashed for a month. A woman I know was married for seventeen years to a man who threatened to smash her sculpture whenever they fought. He complained continuously about the cost of her tools, he laughed at her work in public. When she finally left, she was dazed to discover that the critics found her work excellent.

I have a friend in Cleveland who left high school to marry. She raised two children and worked nights in her husband's office. When she went back to college, it happened mysteriously that they had an exhausting fight the night before every exam. When she still got high marks, he took credit for encouraging her.

I know a writer whose husband never once read her work. She visited an analyst who declared her role conflict a character defect. Her husband told the analyst he wouldn't mind his wife's inadequacies so much if she did something. "But she does write," said the doctor. "Oh. That," said the husband bitterly, dismissing the work he would eventually feel reflected credit on him, but only after their divorce.

No, the question of housework is not a trivial matter to be worked out the day before we go on to greater things. Men do not want equality at home. A strong woman is a threat, someone to be jealous of. Most of all, she is an inconvenience, and she can be replaced. They like things as they are. It's pleasanter.

I had never realized how seductive the role of master is until the other day. I was watering a plant, and the water began to run on the floor. I stood where I was and moaned about the puddle until the live-in babysitter dropped what she was doing and brought me the rag it would have been easier for me to get. She, at least, was not saying, "Don't worry darling, let

me take care of it.” But my excuse was ... I have more important things to think about than housework. »

10. Publicité pour le magazine *Ladies' Home Journal* pendant les années 1940 et 1950.

140 THE SATURDAY EVENING POST June 21, 1950

HOMEMAKER

THERE IS A NEW WORD in the English language — HOMEMAKER. It is not yet in the dictionaries, but when it is, it will be defined like this:

HOMEMAKER—noun, feminine. One who makes a home, who manages a household, cares for her children, and promotes the happiness and well-being of her family.

Homemaking—one word, if you please, not two—is a bigger job than housekeeping. It is a bigger job than that of any man in any business. More money is spent in homemaking, in the aggregate, than in any other human endeavor. And the returns, in satisfactions, pleasures and progress, are also greater. The future of America is more dependent upon homemaking than upon all our other industries combined. » » »

The homemaker may be wife and mother. She may be daughter or sister. She may be widow, business woman; she may be young, middle-aged or old. But she must be a manager, for she spends eighty-five per cent of the money that goes into all retail trade. She must be a mechanic in these days of labor-saving devices. She must be a gracious hostess. » » » » »

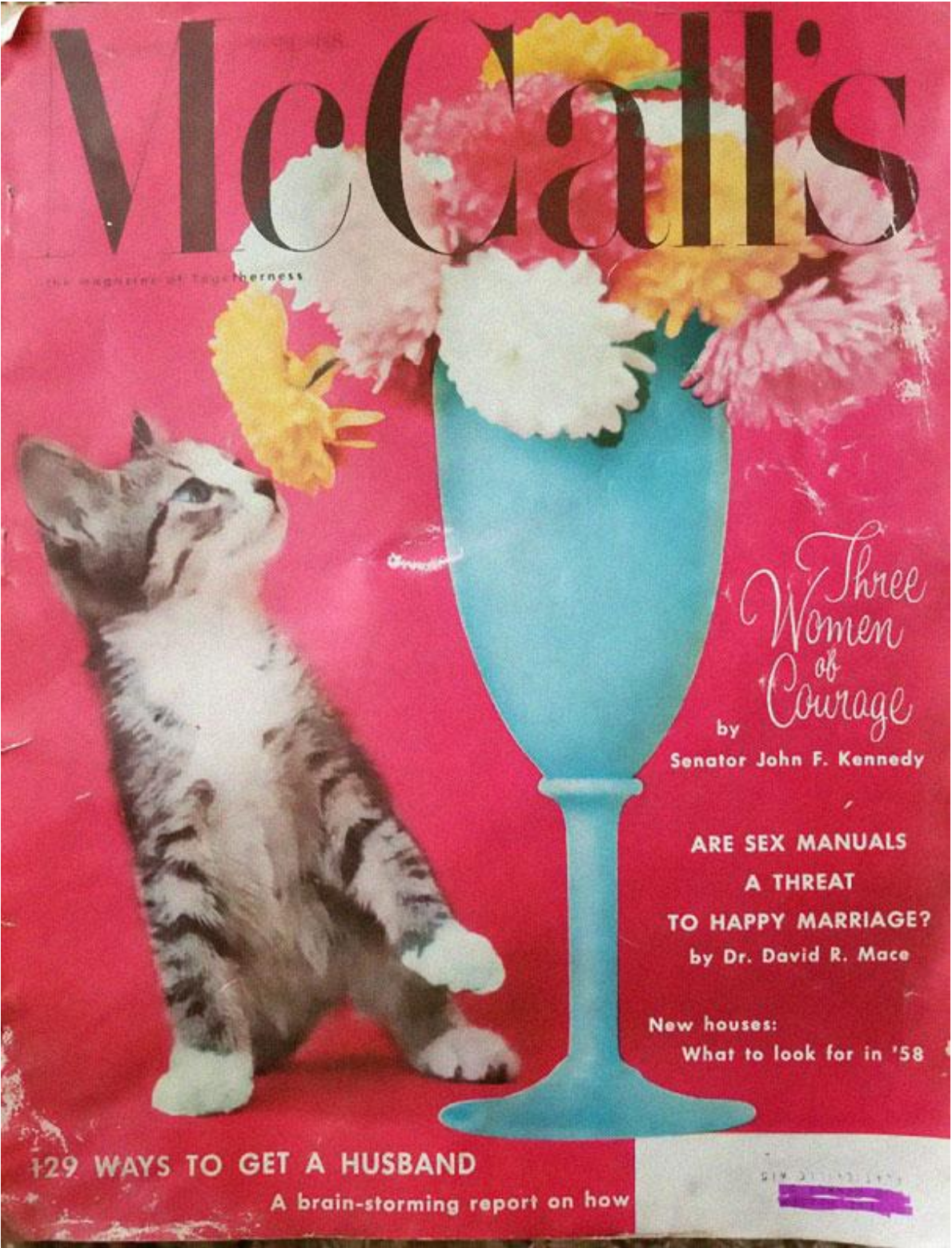
To this Homemaker the whole of the LADIES' HOME JOURNAL is dedicated each month. Through its pages she keeps abreast of the moving times—she learns whatever she wants to know.

LADIES' HOME JOURNAL

THE LEADING HOME MAGAZINE

a alamy stock photo EXRF1M www.alamy.com

11. Couverture du magazine McCall's. 1958.



12. Article magazine McCall's. 1958.

WHERE TO FIND HIM

- 1 Get a dog and walk it.
- 2 Have your car break down at strategic places.
- 3 Attend night school—take courses men like.
- 4 Join a hiking club.
- 5 Look in the census reports for places with the most single men. Nevada has 125 males for every 100 females.
- 6 Read the obituaries to find eligible widowers.
- 7 Take up golf and go to different golf courses.
- 8 Take several short vacations at different places rather than one long one at one place.
- 9 Sit on a park bench and feed the pigeons.
- 10 Take a bicycle trip through Europe.
- 11 Get a job in a medical, dental or law school.
- 12 Become a nurse or an air-line stewardess — they have very high marriage rates.
- 13 Ask your friends' husbands who the eligible men are in their offices.

Continued on page 89

13. Article *Good Housekeeping*. Mai 1955.

Housekeeping Monthly 13 May 1955



The good wife's guide

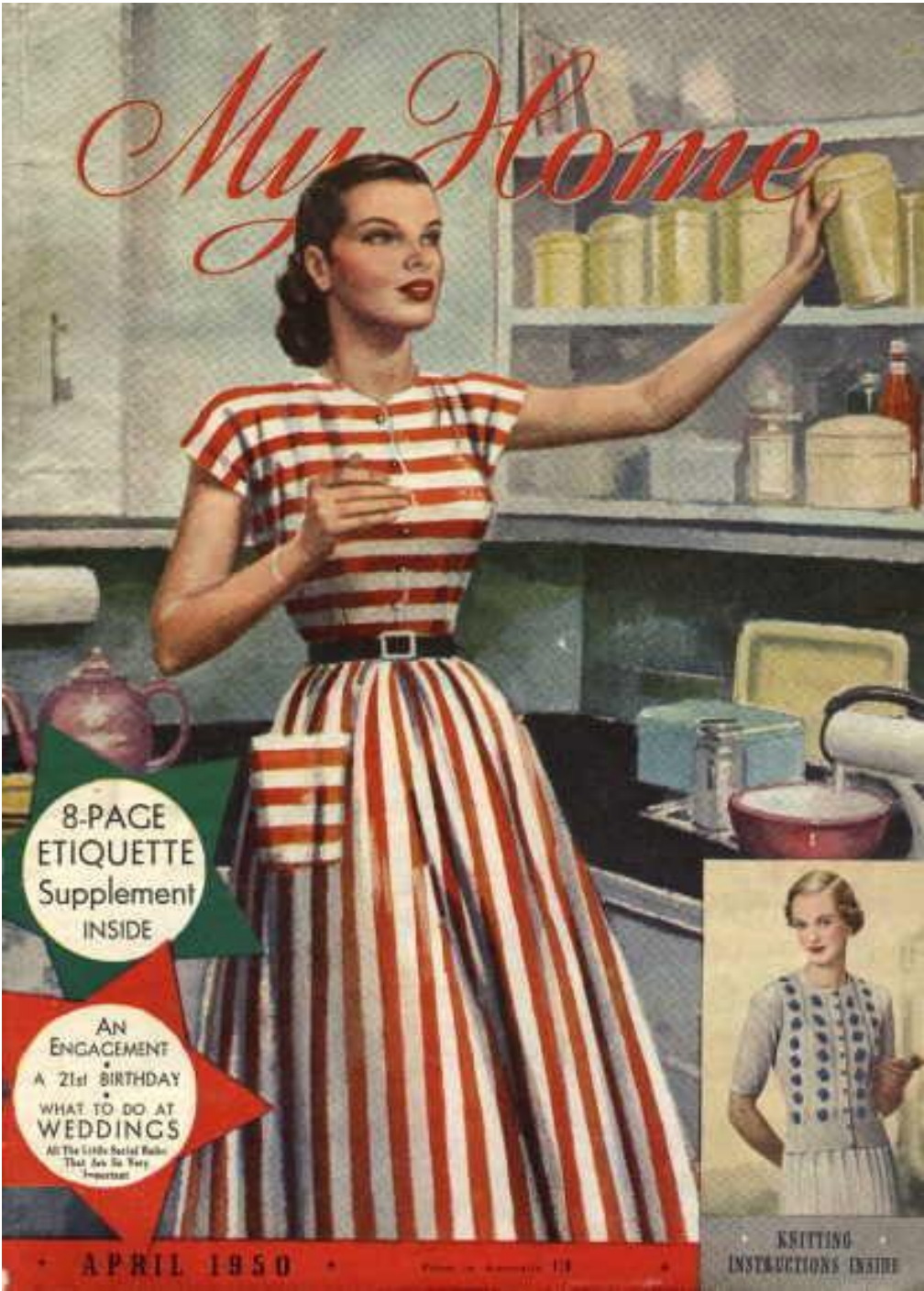
- Have dinner ready. Plan ahead, even the night before, to have a delicious meal ready, on time for his return. This is a way of letting him know that you have been thinking about him and are concerned about his needs. Most men are hungry when they come home and the prospect of a good meal (especially his favourite dish) is part of the warm welcome needed.
- Prepare yourself. Take 15 minutes to rest so you'll be refreshed when he arrives. Touch up your make-up, put a ribbon in your hair and be fresh-looking. He has just been with a lot of work-weary people.
- Be a little gay and a little more interesting for him. His boring day may need a lift and one of your duties is to provide it.
- Clear away the clutter. Make one last trip through the main part of the house just before your husband arrives.

Housekeeping Monthly 13 May 1955

- Gather up schoolbooks, toys, paper etc and then run a dustcloth over the tables.
- Over the cooler months of the year you should prepare and light a fire for him to unwind by. Your husband will feel he has reached a haven of rest and order, and it will give you a lift too. After all, catering for his comfort will provide you with immense personal satisfaction.
- Prepare the children. Take a few minutes to wash the children's hands and faces (if they are small), comb their hair and, if necessary, change their clothes. They are little treasures and he would like to see them playing the part. Minimise all noise. At the time of his arrival, eliminate all noise of the washer, dryer or vacuum. Try to encourage the children to be quiet.
- Be happy to see him.
- Greet him with a warm smile and show sincerity in your desire to please him.
- Listen to him. You may have a dozen important things to tell him, but the moment of his arrival is not the time. Let him talk first – remember, his topics of conversation are more important than yours.
- Make the evening his. Never complain if he comes home late or goes out to dinner, or other places of entertainment without you. Instead, try to understand his world of strain and pressure and his very real need to be at home and relax.
- Your goal: Try to make sure your home is a place of peace, order and tranquillity where your husband can renew himself in body and spirit.
- Don't greet him with complaints and problems.
- Don't complain if he's late home for dinner or even if he stays out all night. Count this as minor compared to what he might have gone through that day.
- Make him comfortable. Have him lean back in a comfortable chair or have him lie down in the bedroom. Have a cool or warm drink ready for him.
- Arrange his pillow and offer to take off his shoes. Speak in a low, soothing and pleasant voice.
- Don't ask him questions about his actions or question his judgment or integrity. Remember, he is the master of the house and as such will always exercise his will with fairness and truthfulness. You have no right to question him.
- A good wife always knows her place.

ebaumsworld.com

14. Couverture du magazine *My Home*. Avril 1950.



« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines dans les années 1950 et 1960 à travers les magazines féminins »

TABLE DES MATIERES

<u>Introduction</u>	1
<u>Première Partie</u>	34
1. L'après guerre aux Etats-Unis et au Royaume-Uni : la construction d'un nouveau mode de vie	
<i>1.1. The American Way of Life</i>	
1.1.1. Une nouvelle société	35
1.1.2. La place des femmes: famille et travail	40
1.1.3. Une nouvelle manière de vivre	47
1.1.4. Une generation qui a tout change	56
<i>1.2. We never had it so good</i>	
1.2.1. Le nouveau Royaume-Uni: la société d'affluence	68
1.2.2. Une culture en transformation	73
1.2.3. La place de la femme britannique	76
<i>1.3. La société de consommation et les nouvelles technologies</i>	
1.3.1. L'empire du marché	88
1.3.2. La publicité	91
1.3.3. Royaume-Uni et Etats-Unis: différentes manières de consommer	105
<i>1.4. L'omnipotence des magazines féminins: Au-delà des apparences</i>	118
<u>Deuxième Partie</u>	
2. Les années 1950 : l'idéologie de la « femme parfaite »	126
<i>2.1. L'idéalisation de la femme</i>	
2.1.1. La « femme parfaite » comme « femme au foyer ».	127
2.1.2. « Marions-nous ! »	131
<i>2.2. Le piège de la « femme au foyer parfaite »</i>	
2.2.1. La prison dorée	140
2.2.2. La presse féminine et les médias : des puissants vecteurs d'idéologies ?	149

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines dans les années 1950 et 1960 à travers les magazines féminins »

2.3. <i>Les magazines féminins et la construction de la « femme au foyer parfaite » : les sujets les plus traités</i>	
2.3.1. De l'idéologie au mythe	175
2.3.2. Un monde clôturé, les perversions du mythe	193
2.3.3. Comme dans les contes de fées ? Les sujets les plus abordés	202
2.3.3.1. Le mariage et la famille	216
2.3.3.2. La maison	223
2.3.3.3. Beauté et mode	227

Troisième Partie

3. Les années 1960 : la crise d'identité de la femme et la quête d'un nouveau rôle dans la société	230
3.1. <i>De la crise individuelle à la conscience collective : les années 1960 et la recherche d'un nouveau modèle de femme</i>	231
3.2. <i>La relance des mouvements féministes</i>	
3.2.1. La révolution des féministes égalitaires	236
3.2.2. L'ascension du <i>Women's Lib</i> et la révolution féministe radicale	253
3.3. <i>Les magazines et le féminisme</i>	294

<u>Conclusion</u>	330
--------------------------	------------

<u>Bibliographie</u>	356
-----------------------------	------------

<u>Annexes</u>	372
-----------------------	------------

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines dans les années 1950 et 1960 à travers les magazines féminins »

RESUME

L'analyse des magazines féminins américains et britanniques des années 1950, 1960 et 1970, les représentations de la femme et de leur rôle dans la société, ainsi que l'interprétation des messages qui ressortaient de ces publications sont les objectifs fondamentaux de la thèse ici présentée. Ces magazines seront décortiqués dans le but d'analyser les représentations des femmes et de l'image mythifiée de la « femme parfaite » et leur impact sur les lectrices, ainsi que questionner cette vision idéaliste des femmes, comprendre la transformation de ces ménagères en féministes engagées à la fin des années 1950 et, finalement, établir une comparaison entre les mouvements féministes américains et britanniques des années 1950 aux années 1970. Cette étude examinera les magazines en tant que participants à l'évolution des valeurs culturelles qui redéfinissaient la vie domestique américaine et britannique après la Seconde Guerre Mondiale. L'analyse ira enquêter sur le multiple rôle des magazines – entreprise, conseillère pour des questions sociales et familiales, diffuseur d'idéologies ou, tout simplement, source de divertissement et information. L'interaction de ces publications avec d'autres éléments culturels de deux pays, dont la politique, l'économie, les nouvelles technologies et les études psychologiques et sociales feront également partie de la recherche. Le corpus d'analyse se constitue des magazines mensuels qui avaient une part importante dans la construction de l'idéalisation de la femme : *Ladies' Home Journal*, *Good Housekeeping* et *McCall's* aux Etats-Unis et *Housewife*, *Women's Day* et *My Home* au Royaume-Uni, ainsi que les magazines féministes créés au début des années 1970, *Ms* aux Etats-Unis, et *Spare Rib* au Royaume-Uni.

ABSTRACT

The analysis of American and British women's magazines during the 1950's, 1960's and 1970's, the representation of women and of their roles in society, as well as the interpretation of these magazine's subliminal messages are the main goals of the research. These magazines have been analyzed for the study of the mythical image of the “perfect housewife” and its impact on the readers, as well as the transformation of these women from housewives to

« De la « femme au foyer » à la « féministe » : une étude comparative de l'évolution des femmes britanniques et américaines dans les années 1950 et 1960 à travers les magazines féminins »

feminists during the 1950's and 1960's. Finally, a comparison between American and British feminist movements during this time will be established. The study will approach the magazines as participants in the evolution of the cultural revolution that redefined the American and the British domestic life after WWII. The analysis will focus on the magazine's multiple roles - business, advice for social and family questions, diffusion of ideas or, simply, source of entertainment and information. The interaction of these publications with the cultured elements of the two countries as their politics, their economy, the new technologies and the social and psychological elements of the new "American Way of Life" will also be examined. The analysis corpus is constituted by the main women's magazines in both countries, which have an important participation in the construction of the female idealized image: Ladies' Home Journal, Good Housekeeping and McCall's in the United States and Housewife, Women's Day and My Home in the United Kingdom. The main feminists magazines, created in the 1970's, are also a part of the research : Ms in America and Spare Rib in the UK.

Mots-clés :

Féminisme américain, Féminisme britannique, Presse féminine, Stéréotypes, Comparaison, Magazines féminins, Magazines féministes.

Keywords :

American Feminism, British Feminism, Stereotypes, Comparison, Women's Magazines, Feminist Magazines.